

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Online Marketplace, Sosial Media, dan Membership Card terhadap Keputusan Pembelian pada toko Gand Citra Padang. Metode mengumpulkan data analisis menggunakan kuesioner online, dengan sampel 95 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis korelasi, analisis regresi linear berganda, untuk uji hipotesis digunakan yaitu uji t dan uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian didapatkan Online Marketplace berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dengan tingkat signifikan ( $0,000 < 0,05$ ). Sosial Media berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dengan tingkat signifikan ( $0,020 < 0,05$ ). Membership Card berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dengan tingkat signifikan ( $0,013 < 0,05$ ).

Akhirnya penulis menyarankan kepada pihak Toko Grand Citra Padang bahwa keputusan pembelian akan meningkat apabila pihak manajemen meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap Online marketplace dan sosial media yang dimiliki, dan juga meningkatkan manfaat membership card bagi konsumen melalui indikator-indikatornya.

**Kata kunci : Online Marketplace, Sosial Media, Membership Card, Keputusan Pembelian**