

ABSTRAK

Titian Virgi Arsy, 1820210168, Pengaruh Harga, Diskon, Promo Gratis Ongkir Dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi *Marketplace* (Studi Kasus Perbandingan Ketertarikan Pengguna Terhadap Aplikasi Shopee Dengan Aplikasi Tokopedia Di Desa Getaspejaten Kecamatan Jati Kabupaten Kudus).

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kebiasaan sebagian besar masyarakat dalam penggunaan aplikasi online untuk berbelanja segala bentuk kebutuhannya. Pada saat ini, masyarakat lebih memilih berbelanja secara online dengan dalih lebih murah, lebih banyak diskon dan promonya, serta lebih mudah dilakukan dibandingkan harus pergi ke toko. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, diskon, promo gratis ongkir, dan kemudahan bertransaksi terhadap keputusan pembelian pada pengguna aplikasi *marketplace* (studi kasus perbandingan ketertarikan pengguna terhadap aplikasi shopee dengan tokopedia di desa Getaspejaten, Jati Kudus) baik secara parsial maupun secara simultan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda. Data penelitian yang dikumpulkan melalui kuesioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan *sampling* pertimbangan atau *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi dapat diketahui jika besarnya pengaruh harga, diskon, promo gratis ongkir dan kemudahan bertransaksi terhadap keputusan pembelian pada aplikasi *marketplace* sebesar 30,6% dan sisanya 69,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi *marketplace* (2) Diskon berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi *marketplace* (3) Promo Gratis Ongkir berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi *marketplace* (4) Kemudahan Bertransaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi *marketplace* (5) Harga, Diskon, Promo Gratis Ongkir, dan Kemudahan Bertransaksi secara simultan signifikan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi *marketplace* (6) Penggunaan aplikasi shopee lebih banyak diminati oleh masyarakat dalam berbelanja online dibandingkan penggunaan aplikasi tokopedia.

Kata Kunci : *Harga, Diskon, Promo Gratis Ongkir, Kemudahan Bertransaksi, Keputusan Pembelian.*