

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan hasil penelitian kuantitatif yang untuk bertujuan untuk menjawab pertanyaan tentang pengaruh promosi penjualan, keterlibatan konsumen, dan harga terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Shopee. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna *marketplace* Shopee, metodologi penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purpusive sampling* dengan jumlah sampel sebesar 96 responden. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner melalui bantuan *google form* yang diolah menggunakan SPSS versi 21 dan teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi penjualan tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Shopee, kemudian keterlibatan konsumen juga tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Shopee, dan harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Shopee, selanjutnya berdasarkan hasil perhitungan statistik uji simultan, menunjukkan bahwa promosi penjualan, keterlibatan konsumen, dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Shopee. Dengan adanya hasil tersebut peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan faktor atau variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian selain promosi penjualan, keterlibatan konsumen, dan harga sehingga dapat memberikan gambaran penelitian yang lebih luas lagi.

Kata Kunci : Promosi penjualan, Keterlibatan Konsumen, Harga, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The research is the result of quantitative research aimed at answering questions about the influence of sales promotion, consumer involvement, and price on purchasing decisions on the Shopee marketplace. The population in this study are Shopee marketplace users, the research methodology used is quantitative research and the sampling technique uses purposive sampling method with a total sample of 96 respondents. The data collection technique was using a questionnaire through the help of google form which was processed using SPSS version 21 and the data analysis technique was using multiple linear regression. The results show that sales promotions do not partially affect purchasing decisions on the Shopee marketplace, then consumer involvement also does not partially affect purchasing decisions on the Shopee marketplace, and prices partially affect purchasing decisions on the Shopee marketplace, then based on the results of test statistical calculations. Simultaneous, showing that sales promotion, consumer involvement, and price have a simultaneous effect on purchasing decisions on the Shopee marketplace. With these results, further researchers are expected to be able to develop other factors or variables that can influence purchasing decisions in addition to sales promotions, consumer involvement, and prices so that they can provide a broader research picture.

Keywords : Sales Promotion, Consumer Involvement, Price, and Purchase Decisions