

ABSTRAK

Dampak Potongan Harga dan Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian Marketplaceshopee.

Oleh: M.Tengku Sikdir Abdillah

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak potongan harga dan gratis ongkos kirim terhadap keputusan pembelian marketplaceShopee. Bentuk penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa D3 manajemen perdagangan angkatan 2018-2020 sebanyak 157 orang. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dan Slovin dengan kriteria mahasiswa yang pernah menggunakan Shopee, mahasiswa yang mengetahui Shopee, dan mahasiswa yang bersedia menjadi responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa potongan harga dan gratis ongkir dengan rata-rata tingkat capaian responden (TCR) 85,38% dengan kategori cukup. Variabel yang memiliki nilai rata-rata paling tinggi adalah gratis ongkos kirim dengan tingkat capaian responden (TCR) 88,26% dengan kategori cukup tinggi, sedangkan variabel yang memiliki nilai rata-rata terendah adalah potongan harga dengan tingkat capaian responden (TCR) 82,20% dengan kategori cukup rendah. Dari hasil uji analisis t potongan harga positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan signifikansi $< 0,05$. dan gratis ongkos kirim berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan signifikansi $< 0,05$.

Kata Kunci: POTONGAN HARGA, GRATIS ONGKOS KIRIM; KEPUTUSAN PEMBELIAN