

## ABSTRAKSI

**NOPITA SARI, 1916120210**

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN PENILAIAN PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *MARKETPLACE* SHOPEE  
(KARYAWAN PT. LONG RICH INDONESIA, CIREBON)**

Skripsi : Program Studi Manajemen, 2023

Kata kunci : Keputusan Pembelian, Harga, Promosi, Penilaian Produk

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa dan mengetahui apakah Harga, Promosi, Penilaian Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada *marketplace* Shopee. Sampel yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah 100 responden dan sampel diambil menggunakan *non-probability sampling*. Dalam penelitian ini analisis data dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 20. Sedangkan teknik pengujian data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji validitas uji reliabilitas, uji normalitas, analisis korelasi parsial, koefisien determinasi, analisis regresi berganda dan pengujian hipotesis (uji t dan uji f). Hasil penelitian dengan analisis regresi berganda baik secara parsial maupun simultan terdapat pengaruh variable Harga ( $X_1$ ), Promosi ( $X_2$ ) dan Penilaian Produk ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ) pada *marketplace* Shopee. Pernyataan tersebut diperoleh berdasarkan nilai  $R^2$  (R Square) = 0,786 yang berarti mengandung pengertian bahwa sumbangan Harga ( $X_1$ ), Promosi ( $X_2$ ) dan Penilaian Produk ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ) adalah sebesar 78,6% sedangkan sisanya 21,4 dipengaruhi oleh variable lain.

## ABSTRACTION

**NOPITA SARI, 1916120210**

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN PENILAIAN PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE  
(KARYAWAN PT. LONG RICH INDONESIA, CIREBON)**

Skripsi : Program Studi Manajemen, 2023

Kata kunci : *Purchase Decision, Price, Promotion, Product Rating*

*This study aims to analyze and find out whether prices, promotions, product ratings affect purchasing decisions on the Shopee marketplace. The sample used by the author in this study was 100 respondents and the samples were taken using non-probability sampling. In this study data analysis was carried out using SPSS version 20. While the data testing techniques carried out in this study were validity testing, reliability test, normality test, partial correlation analysis, coefficient of determination, multiple regression analysis and hypothesis testing (t test and f test). Result of research using multiple regression analysis both partially and simultaneously have the influence of the variables Price (X1), Promotion (X2) and Product Rating (X3) on Purchase Decision (Y) on the Shopee marketplace. This statement was obtained based on the value of R<sup>2</sup> (R Square) = 0.786, which means that it implies that the contribution of Price (X1), Promotion (X2) and Product Rating (X3) to Purchase Decision (Y) is 78.6% while the remaining 21.14 influenced by other variables.*