

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Dalam Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Tulungagung” yang ditulis oleh Dinda Febriani, NIM. 12405193056 Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Jurusan Bisnis dan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Pembimbing Sri Eka Astutiningsih, S.E., M.M.

Perkembangan globalisasi yang sangat pesat, sehingga banyak perusahaan melakukan terobosan baru salah satunya membuka platform *E-Commerce*. Shopee menjadi salah satu dampak berkembangnya globalisasi, dengan kualitas layanan yang diberikan, promosi yang disampaikan, serta kelebihan-kelebihan yang tidak dimiliki oleh *E-Commerce* lain menjadikan Shopee menjadi platform belanja *online* yang memberi citra baik kepada perusahaan. Promosi menjadi strategi sebuah perusahaan dalam menarik konsumen untuk melakukan pembelian, hal tersebut perlu didukung oleh kualitas pelayanan yang baik. Ulasan produk menjadi salah satu bentuk layanan yang diluncurkan Shopee guna mempermudah konsumen dalam melakukan pertimbangan melakukan keputusan pembelian.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian, promosi terhadap keputusan pembelian, ulasan produk terhadap keputusan pembelian, dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Shopee di Tulungagung. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Teknik dalam pengambilan sampel menggunakan teknik non-probability sampling menggunakan teknik accidental random sampling. Sampel dalam penelitian sebanyak 200 pengguna aplikasi Shopee di Tulungagung. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari kuisioner yang disebarkan pada pengguna. Penelitian menggunakan analisis linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, ulasan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** Kualitas pelayanan, promosi, ulasan produk, citra merek, dan keputusan pembelian

## **ABSTRACT**

*This thesis title is "Factors to Consider in Purchasing Decisions at the Shopee Marketplace in Tulungagung" written by Dinda Febriani, NIM. 12405193056 Sharia Business Management Study Program, Department of Business and Management, Faculty of Islamic Economics and Business, Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University Tulungagung, Advisor Sri Eka Astutiningsih, S.E., M.M.*

*The very rapid development of globalization has made many companies make new breakthroughs, one of which is opening an E-Commerce platform. Shopee is one of the impacts of the development of globalization, with the quality of service provided, promotions delivered, and advantages that other E-Commerce does not have, making Shopee an online shopping platform that gives the company a good image. Promotion is a company's strategy to preferred consumers to make purchases, this needs to be supported by good service quality. Product reviews are one form of service launched by Shopee to make it easier for consumers to consider purchasing decisions.*

*The research aims to determine the influence of service quality factors on considering purchasing decisions, promotions on considering purchasing decisions, product reviews on considering purchasing decisions and brand image on considering purchasing decisions on the Shopee marketplace in Tulungagung. The research uses a quantitative approach with associative research type. The sampling technique uses non-probability sampling techniques. The sample in the research was 200 Shopee application users in Tulungagung. The type of data used is primary data obtained from questionnaires distributed to users. The research uses multiple linear regression analysis.*

*The research results explained that service quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, promotion has a positive and significant effect on purchasing decisions, product reviews have a positive and significant effect on purchasing decisions, brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions.*

*Keywords: Service quality, promotion, product reviews, brand image. and purchase decisions*