

## ABSTRAK

Nama : Printia Budiarti

Judul : Pengaruh *Tagline* Gratis Ongkir, Harga dan Penilaian Produk terhadap Keputusan Belanja online di *Marketplace* Shopee (Study Kasus pada seluruh pengguna Shopee)

Perkembangan di bidang teknologi informasi sekarang ini telah mengalami kemajuan secara pesat, Hal ini tidak terlepas dari keberadaan internet. Internet bermanfaat bagi aktifitas kehidupan, salah satunya dalam dunia bisnis. Hal ini mendorong munculnya berbagai start up di Indonesia salah satunya adalah marketplace Shopee. Kecenderungan masyarakat dalam memilih berbelanja melalui Marketplace dibandingkan toko offline Hal ini di kaenakan berbelanja melalui marketplace tidak memerlukan banyak waktu dan tenaga. Shopee menjadi salah satu contoh dari pemasaran yang memanfaatkan media internet dengan menggunakan berbagai macam cara agar melekat di ingatan konsumen diantaranya tagline gratis ongkir, harga dan penilaian produk.

Jenis penelitian ini adalah penelitian korelasional, maka penulis dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif sebagai prosedur yang menghasilkan data deskriptif berupa kata kata tertulis dari orang yang diamati. Sumber data yang di peroleh melalui sumber data primer. Sumber data primer di peroleh melalui kuesioner. Adapun populasi yang akan di teliti yaitu seluruh pengguna shopee yang pernah melakukan pembelian secara online melalui aplikasi shopee di kota Batang, Jumlah sample yang digunakan 100 responden. Analisis data di lakukan dengan rank sperman dan analisis regresi linier berganda dengan alat bantu aplikasi spss.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Tagline gratis ongkir (X1) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Sementara itu di ketahui bahwa variabel Harga (X2) dan penilaian produk (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Pengaruh, tagline gratis ongkir, harga, dan penilain produk.