

ABSTRAK

Andika Wardani Kusumo 2018113020031. Pengaruh Fitur Cod dan *Flash Sale* Terhadap Keputusan Pembelian *Marketplace* Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Aktif ITB AD Jakarta 2018). Dibawah bimbingan Pak Sutia Budi.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana pengaruh Fitur Cod dan *Flash Sale* terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian online pada marketplaces Shopee. Desain penelitian menggunakan metode Asosiatif Kuantitatif yaitu mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih, Fitur Cod (X_1) *Flash Sale* (X_2) dan keputusan pembelian (Y). Metode analisa yang digunakan regresi linier berganda, koefisien korelasi, koefisien determinasi, uji t dan uji f. Metode *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling*, Sampel penelitian mahasiswa aktif ITB AD Kampus Ciputat Jurusan Manajemen 2018 berjumlah 80 responden. Berdasarkan hasil pengujian analisis dalam hasil yang diperoleh yaitu Fitur Cod dan *Flash Sale* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hasil uji hipotesis uji t variabel X_1 dengan signifikansi 5% diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,005$ artinya bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Hasil uji t variabel X_2 dengan signifikansi 5% diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi $0,001 < 0,005$ artinya bahwa H_0 berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian (Y). Hasil uji hipotesis uji f variabel X_1 dan X_2 dengan signifikansi 5% diperoleh nilai sig $0,001 > 0,05$ Maka dapat disimpulkan bahwa H_{03} diterima dan H_{a3} ditolak, ini menunjukkan bahwa Fitur Cod (X_1) dan *Flash Sale* (X_2) secara simultan (bersama) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Kata Kunci : Fitur Cod, *Flash Sale*, Keputusan Pembelian