

ABSTRAK

Seiring berkembangnya zaman di Indonesia, perkembangan teknologi dan informasi juga ikut mengalami perkembangan yang pesat. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mengalami kemajuan yang pesat dikarenakan oleh kuatnya era digital. Kemajuan teknologi yang semakin canggih berdampak positif. Hal positif tersebut dapat memberikan manfaat berbagai pihak diantaranya sebagai peluang untuk menjalankan usaha secara *online*, seperti *marketplace* Bukalapak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *payment system*, *flash sale* dan *rating* produk terhadap keputusan pembelian *online* pada pengguna *marketplace* Bukalapak di Lumajang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel penelitian ini yaitu menggunakan *non-probability sampling* dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel 60 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan uji t dan koefisien determinasi (R^2) dengan menggunakan *software* IBM SPSS *Statistics* version 26. Hasil koefisien determinasi (R^2) menunjukkan sebanyak 45,2% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh *payment system*, *flash sale* dan *rating* produk sedangkan sisanya 54,8% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti kualitas pelayanan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *payment system* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian *online* pada *marketplace* Bukalapak di Lumajang. Sedangkan *flash sale* dan *rating* produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian *online* pada *marketplace* Bukalapak di Lumajang.

Kata Kunci: *Payment System, Flash Sale, Rating Produk, Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

Along with the development of the era in Indonesia, the development of technology and information is also experiencing rapid development. The development of information and communication technology has progressed rapidly due to the strength of the digital era. Advances in increasingly sophisticated technology have a positive impact. This positive thing can benefit various parties, including as an opportunity to run a business online, such as the Bukalapak marketplace. This study aims to determine the effect of payment systems, flash sales and product ratings on online purchasing decisions for Bukalapak marketplace users in Lumajang. This research uses quantitative research methods. The sampling technique for this research was using non-probability sampling using purposive sampling method with a sample of 60 respondents. The analytical method used is multiple linear regression analysis with the t test and the coefficient of determination (R^2) using the IBM SPSS Statistics version 26 software. The results of the coefficient of determination (R^2) show that 45.2% of purchasing decisions can be explained by payment systems, flash sales and product rating while the remaining 54.8% purchasing decisions are influenced by other variables not examined in this research such as service quality. The results of this study indicate that the payment system has no significant effect on online purchasing decisions at the Bukalapak marketplace in Lumajang. Payment system, flash sales and product ratings have a significant effect on online purchasing decisions at the Bukalapak marketplace in Lumajang.

Keywords: Payment System, Flash Sale, Product Rating, Purchase Decision