**ABSTRAK**

**PENGARUH DESAIN *WEBSITE*, HARGA DAN *RATING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *MARKETPLACE* LAZADA (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT**

 **JALAN GARU III HARJOSARI 1 KECAMATAN**

**MEDAN AMPLAS)**

Oleh

**ANANDA YUDISTIAN**

**NPM: 203114067**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh desain *website,* harga dan *rating* terhadap keputusan pembelian pada Marketplace Lazada (Studi Kasus Masyarakat Jalan Garu III Harjosari I Kecamatan Medan Amplas). Metode penelitian ini menggunakan data deskriptif dan kuantitatif. Sampel penelitian ini 80 responden yaitu masyarakat Jalan Garu III Harjosari I Kecamatan Medan Amplas yang berbelanja *online* menggunakan aplikasi *marketplace* Lazada. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa pengaruh desain *website,* harga dan *rating* terhadap keputusan pembelian pada Marketplace Lazada dengan hasil regresi berganda Y = -7.850+ 0,143 X1 + 0,514 X2 + 0,537 X3 + e. Hasil uji parsial (uji t) variabel desain *website* diperoleh nilai t hitung > t tabel atau sebesar (2,111>1,665) pada tingkat signifikansi 5%, hasil uji t untuk variabel harga diperoleh nilai t hitung > t tabel atau sebesar (5,048>1,665) pada tingkat signifikansi 5%. Selain itu, hasil uji t variabel *rating* menunjukkan nilai t hitung > t tabel atau sebesar (6.784>1,665) pada tingkat signifikansi 5%. Hasil Uji F diperoleh F hitung > F tabel adalah sebesar (72.928 > 2,72) dengan tingkat probability (0,00<0,05) maka pengaruh Desain *website*, harga dan *rating* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Marketplace Lazada (Studi Kasus Masyarakat Jalan Garu III Harjosari I Kecamatan Medan Amplas). Hasil Koefisien determinasi R2 (R Square) sebesar 0,742 atau 74,2% artinya desain *website*, harga dan *rating* mampu menjelaskan variabel keputusan pembelian dan sisanya 25.8% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian.

***Kata kunci: desain website, harga, rating, keputusan pembelian, Marketplace Lazada***

#