

ABSTRACT

Name : Talita Ainun Nursalsabillah C
Study Program : Management
Title : The Influence of Trust Level, Consumer Satisfaction and Price Regarding Cat Purchasing Decisions on Facebook Market Place

This research aims to see the influence of the level of trust, consumer satisfaction and price on the decision to purchase cats on the Facebook Market Place. The sampling technique in this research is Purposive Sampling. The sample in this study was 160 consumers who purchased or adopted cats on the Facebook market place. Primary data in this research was taken by distributing questionnaires, the analytical tools used were multiple linear regression analysis methods, classical assumption tests, instrument tests (validity and reliability), hypothesis testing and coefficient of determination using the SPSS version 29 program. The results of this research show that the trust variable (X_1) has a significant positive effect on purchasing decisions (Y), the consumer satisfaction variable (X_2) has a significant positive effect on purchasing decisions (Y) and the price variable (X_3) has a significant positive effect on purchasing decisions (Y). It can be concluded that the influence of each variable simultaneously can be seen that the significance value is $0.001 < 0.05$ and the value of F_{count} is $22,676 > F_{table} 2.12$. The data was processed statistically using SPSS version 29 program tools.

Keywords: *Trust, Consumer Satisfaction, Price and Purchasing Decisions*

ABSTRAK

Nama : Talita Ainun Nursalsabillah C
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Kepuasan Konsumen dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kucing di *Market Place* Facebook

Penelitian ini bertujuan untuk melihat Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Kepuasan Konsumen dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kucing di *Market Place* Facebook. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 160 konsumen yang melakukan pembelian atau lepas adopt kucing di market place facebook. Data primer dalam penelitian ini diambil dengan cara menyebarkan kuesioner, alat analisis yang digunakan adalah metode analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji instrumen (validitas dan reliabilitas), pengujian hipotesis dan koefisien determinasi dengan menggunakan program SPSS versi 29. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan (X_1) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), variabel kepuasan konsumen (X_2) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) dan variabel harga (X_3) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Dapat disimpulkan bahwa pengaruh dari setiap variabel secara simultan dapat dilihat bahwa nilai signifikansi adalah sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai dari Fhitung adalah $22.676 > F_{tabel} 2,12$. Data diolah secara statistik dengan menggunakan alat bantu program SPSS versi 29.

Kata kunci : Kepercayaan, Kepuasan Konsumen, Harga dan Keputusan Pembelian