

**DETERMINAN MINAT BERTRANSAKSI UNTUK MEMBELI BARANG
MELALUI *MARKETPLACE* KHUSUS WANITA DI SURABAYA**

Pricylia Natalina Rajagukguk

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah menguji faktor – faktor yang memengaruhi dalam minat bertransaksi membeli barang melalui *marketplace* khusus wanita di Surabaya. Penelitian ini menguji variabel independen yaitu, *Brand Ambassador*, *Influencer*, harga, biaya pengiriman, dan metode pembayaran,. Sedangkan variabel kontrol yang digunakan yaitu usia. Terdapat variabel terikat yang diujikan adalah minat transaksi membeli di *marketplace* khusus wanita di Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampel 105 responden khusus wanita di Surabaya yang pernah bertransaksi membeli barang melalui *marketplace*. Kemudian data dianalisis dengan teknik analisis regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS ver. 23 yang digunakan untuk mengetahui hubungan beberapa variabel yang ditentukan. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa harga merupakan faktor yang paling berpengaruh positif secara signifikan dengan persentase 22,5% sedangkan *influencer* adalah faktor yang memiliki pengaruh negative terhadap minat bertransaksi membeli di *marketplace* khusus wanita di Surabaya dengan persentase -2%. Hasil temuan ini mengonfirmasikan bahwa variabel kontrol usia dan pendapatan per bulan tidak dapat memberikan pengaruh terhadap faktor *influencer* memiliki pengaruh negatif.

Kata Kunci : *brand ambassador*, *influencer*, harga, biaya pengiriman, metode pembayaran, wanita di Surabaya

**DETERMINAN MINAT BERTRANSAKSI UNTUK MEMBELI BARANG
MELALUI MARKETPLACE KHUSUS WANITA DI SURABAYA**

Pricylia Natalina Rajagukguk

ABSTRAC

The purpose of this study was to examine the factors that influence the interest in buying goods through a special marketplace for women in Surabaya. This study examined the independent variables are Brand Ambassador, Influencer , price, shipping costs, and payment methods. While the control variable used was age. There was dependent variable being tested is the interest in buying transactions in a marketplace specifically for women in Surabaya. This study used a quantitative approach with a sample of 105 respondents specifically for women in Surabaya who have transacted buying goods through the marketplace. Then the data were analyzed using multiple linear regression analysis techniques with the help of the SPSS ver. 23 which was used to determine the relationship of several specified variables. The result of this research was that price was the most significant positive influenced factor with a percentage of 22.5%, while influencers was a factor that has a negative influence on buying interest in women-only marketplaces in Surabaya with a percentage of -2%. These findings confirmed that the control variables of age and income per month could not have a negative effect on influencer factors.

Keywords : brand ambassador, influencer, price, shipping costs, payment methods, woman in Surabaya