

ABSTRAK
PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI
SPAREPART MOBIL PADA MARKETPLACE FACEBOOK

Albertus Magnus Aditya Nugroho Putra
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2022

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) pengaruh harga dan promosi terhadap minat beli *sparepart* mobil pada *marketplace facebook*, 2) pengaruh harga terhadap minat beli *sparepart* mobil pada *marketplace facebook*, 3) pengaruh promosi terhadap minat beli *sparepart* mobil pada *marketplace facebook*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna *facebook* dan mempunyai mobil atau yang bergabung dalam komunitas otomotif mobil. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang merupakan pengguna *facebook* yang mempunyai mobil atau tergabung dalam komunitas otomotif mobil di Yogyakarta dan sudah pernah melihat promosi produk *sparepart* mobil di *marketplace facebook*. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *Purposive Sampling*. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, deskripsi responden, deskripsi variabel, uji asumsi klasik, regresi linear berganda, uji hipotesis dan koefisien determinasi dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS 20 dan data diperoleh menggunakan kuesioner yang disebar secara *online* kepada 100 responden. Hasil dari penelitian ini menunjukkan: 1) Terdapat pengaruh secara simultan variabel harga, dan promosi terhadap minat beli *sparepart* mobil pada *marketplace facebook*, 2) Terdapat pengaruh secara parsial variabel harga terhadap minat beli *sparepart* mobil pada *marketplace facebook*. 3) Terdapat pengaruh secara parsial variabel promosi terhadap minat beli *sparepart* mobil pada *marketplace facebook*.

Kata kunci: harga, promosi, minat beli

ABSTRACT
**THE EFFECT OF PRICE AND PROMOTION ON PURCHASE
INTEREST OF CAR SPARE PARTS ON FACEBOOK
MARKETPLACE**

Albertus Magnus Aditya Nugroho Putra
Universitas Sanata Dharma

Yogy
akart
a
2022

This study aims to determine: 1) the effect of price and promotion on purchase interest of car spare parts on the Facebook marketplace, 2) the effect of price on purchase interest of car spare parts on the facebook marketplace, 3) the effect of promotion on purchase interest of car spare parts on the facebook marketplace. The population in this study is all Facebook users and have a car or who join the car automotive community. The sample used in this study was 100 respondents who are Facebook users who have cars or are members of car automotive community in Yogyakarta and have seen the promotion of car spare parts products on the Facebook marketplace. The sampling technique in this study used a non-probability sampling method with a purposive sampling technique. The data analysis techniques in this study were validity test, reliability test, respondents description, variable description, classical assumption test, multiple linear regression, hypothesis testing and determination coefficient using the IBM SPSS 20 application and data were obtained using questionnaires distributed online to 100 respondents. The results of this study indicate: 1) There is a simultaneous influence of price and promotion variables on the purchase interest of car spare parts on the facebook marketplace, 2) There is a partial influence of the price variable on the purchase interest of car spare parts on the facebook marketplace. 3) There is a partial effect of the promotion variable on the purchase interest of car spare parts on the facebook marketplace.

Keywords: price, promotion, purchase interest