

ABSTRAK

Pertumbuhan belanja *online* masyarakat Indonesia meningkat diiringi dengan pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia. Bisnis *e-commerce* yang berkembang pesat di Indonesia menimbulkan persaingan diantara para pelaku bisnis *e-commerce* sehingga menuntut perusahaan mempertahankan pangsa pasar. Hal yang perlu diperhatikan dalam menanggapi persaingan ini adalah dengan memahami psikologis konsumen yang mendorong keputusan konsumen untuk membeli. Aspek psikologis konsumen tersebut yaitu persepsi, motivasi, dan sikap yang mempengaruhi respon konsumen terhadap stimuli pemasaran

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui respon konsumen terhadap persepsi, motivasi, dan sikap pada *market place* di Indonesia, (2) mengetahui pengaruh persepsi, motivasi, dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian pada *market place* di Indonesia secara parsial dan simultan.

Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner dengan jumlah responden 385 orang. Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda dan pengujian hipotesis penelitian menggunakan software SPSS versi 20.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) respon konsumen terhadap persepsi yaitu sebesar 80,5%, motivasi sebesar 82%, dan sikap sebesar 81,4%, dengan kategori tinggi pada garis kontinum tanggapan responden, (2) persepsi, motivasi, dan sikap memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *market place* di Indonesia secara parsial maupun simultan.

Pada penelitian ini diharapkan *market place* dapat meningkatkan layanan dan respon terhadap keluhan. Selain itu, *market place* diharapkan dapat mempertahankan membuat promo yang mengikuti tren saat ini. Sementara untuk penelitian selanjutnya yang akan melakukan penelitian serupa, diharapkan dapat menggunakan model ini pada bidang yang berbeda serta dapat menambahkan variabel pengetahuan, keyakinan, dan kepribadian untuk menghasilkan pengetahuan baru yang lebih bervariasi dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

Kata Kunci : Persepsi; Motivasi; Sikap; Keputusan Pembelian; *Market Place*