

ABSTRAK

Nama : Alfiuddin Pratama Perwiranegara

Program Studi : Magister Manajemen

Judul : Analisis Pengaruh *Daily prize*, *Flash sale* dan *Cashback* terhadap keputusan pembelian produk dan loyalitas pelanggan shopee market place.

Analisis pengaruh adanya hubungan antara *Daily prize*, *Flash sale* dan *Cashback* dengan keputusan pembelian pada *e-commerce* di Indonesia telah berhasil dilakukan. Metode deskriptif kualitatif yang dilakukan dengan wawancara mendalam kepada para responden . hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa barang barang yang bersifat hedonik atau barang barang yang memiliki unsur emosional dan bisa menunjukkan ekspresi diri sebaiknya ditempatkan pada promosi *Flash sale* dan *Daily Prize*. Sebaliknya barang barang yang bersifat utilitarian atau barang yang tidak bersifat emosional dan lebih kearah barang-barang yang dibutuhkan dan bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari sebaiknya di letakan pada promosi *Cashback*.

Kata kunci : *Flash sale*, *Daily Prize*, *Cashback*, Keputusan pembelian, Promosi penjualan, *E-commerce*, loyalitas pelanggan