

ABSTRAK

Perkembangan teknologi membawa banyak dampak pada kehidupan manusia. Salah satunya adalah perubahan cara berbelanja yang dulunya dilakukan secara konvensional, sekarang dapat dilakukan secara *online*. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan Pengaruh Promosi Penjualan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian online pada *E-Commerce*. Populasi pada penelitian ini adalah pengguna Shopee, teknik pengambilan sampel adalah Purposive Sampling dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden. Data primer didapatkan melalui survey kuesioner. Data dianalisis menggunakan teknik analisis regresi linear berganda, dengan bantuan aplikasi SPSS for Windows. Hasil analisis menunjukkan bahwa Promosi Penjualan dan Kepercayaan Konsumen secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Peneliti merekomendasikan kepada perusahaan *E-Commerce* untuk merencanakan pemberlakuan Promosi Penjualan berupa gratis ongkos kirim, diskon dan *cashback* secara periodik, kemudian meningkatkan kepercayaan konsumen dengan peningkatan sistem keamanan bertransaksi dan mensupervisi sistem pengiriman untuk menjamin barang sampai ke konsumen dengan aman melalui kerjasama dengan pihak asuransi serta menjamin pengiriman yang cepat melalui peningkatan kerjasama dengan perusahaan pengiriman.

Kata Kunci : Promosi Penjualan, Promosi Belanja Online, Kepercayaan Konsumen, Keputusan Pembelian, E-Commerce, Shopee

ABSTRAK

Technological developments have had many impacts on human life. One of them is the change in the way of shopping that used to be done conventionally, now it can be done online. This study aims to explain the influence of online shopping promotions and consumer trust on online purchasing decisions in e-commerce. The population in this study were Shopee users, the sampling technique was purposive sampling with a total sample of 96 respondents. Primary data obtained through a questionnaire survey. Data were analyzed using multiple linear regression analysis techniques, with the help of the SPSS for Windows application. The results of the analysis show that Online Shopping Promotion and Consumer Trust partially and simultaneously have a positive and significant effect on purchasing decisions. The researcher recommends that E-Commerce companies plan to implement online shopping promotions in the form of free shipping, periodic discounts and cashback, then increase consumer confidence by increasing transaction security systems and supervising delivery systems to ensure goods reach consumers safely through cooperation with insurance companies. as well as guaranteeing fast delivery through increased cooperation with shipping companies.

Keywords : Sales Promotion, Online Shopping Promotion, Consumer Trust, Purchase Decision, E-Commerce, Shopee