

ABSTRAK

Nama : Sabitah Fina
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh Harga, Promosi dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Malikussaleh)

Perkembangan teknologi saat ini mendukung kegiatan *e-commerce* atau bisnis melalui media elektronik. Shopee adalah marketplace *online* untuk jual beli di *online* dengan mudah dan cepat. Shopee menawarkan berbagai macam produk mulai dari fashion sampai dengan kebutuhan sehari-hari. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh harga, promosi, dan keamanan terhadap keputusan pembelian *online* shopee di Universitas Malikussaleh. Populasi pada penelitian ini adalah laki-laki dan perempuan. Sedangkan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 93 responden. Penelitian ini menggunakan jenis kuantitatif dengan tehnik pengambilan sampel berupa *purposive sampling* yang kemudian dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada responden yang berbelanja pada toko *online* shopee. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS 25 dan juga pengujian hipotesis. Analisis data menggunakan uji asumsi klasik, uji parsial (t), uji simultan (f) dan uji koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *online* shopee pada mahasiswa Manajemen Universitas Malikussaleh (2) Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *online* shopee pada mahasiswa Manajemen Universitas Malikussaleh (3) Keamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *online* shopee pada mahasiswa Manajemen Universitas Malikussaleh dan (4) Harga, promosi dan keamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *online* shopee pada mahasiswa Manajemen Universitas Malikussaleh.

Kata kunci: Harga, Promosi, Keamanan dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

*Name : Sabitah Fina
Study program: Management
Title : The Influence of Price, Promotion and Security on Shopee Online Store Purchasing Decisions (Case Study of Management Students at Malikussaleh University)*

Current technological developments support e-commerce or business activities through electronic media. Shopee is an online marketplace for buying and selling online easily and quickly. Shopee offers a variety of products ranging from fashion to daily necessities. This research was conducted to determine the influence of price, promotion and security on online shopee purchasing decisions at Malikussaleh University. The population in this study was men and women. Meanwhile, the number of samples used in this research was 93 respondents. This research uses a quantitative type with a sampling technique in the form of purposive sampling which is then carried out by distributing questionnaires to respondents who shop at the Shopee online store. The data analysis method used is multiple linear regression analysis using SPSS 25 and also hypothesis testing. Data analysis uses the classical assumption test, partial test (t), simultaneous test (f) and coefficient of determination test. The results of the research show that: (1) Price has a significant effect on online Shopee purchasing decisions for Malikussaleh University Management students (2) Promotion has no significant effect on Shopee online purchasing decisions for Malikussaleh University Management students (3) Security has a significant effect on Shopee online purchasing decisions for Malikussaleh University Management students. Malikussaleh University Management students and (4) Price, promotion and security have a significant influence on online shopee purchasing decisions among Malikussaleh University Management students.

Keywords: Price, Promotion, Security and Purchasing Decisions