

## ABSTRAK

Nama : Ratna Zahara  
Program Studi : Manajemen  
Judul : Pengaruh Strategi *E-Promotion* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada *Platform E-Commerce* Shopee Di Lhokseumawe.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Strategi *E-Promotion* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada *Platform E-Commerce* Shopee Di Lhokseumawe. Strategi promosi dalam penelitian ini menggunakan tiga variabel yaitu *social media*, *website content* dan *online advertising*. Data untuk penelitian ini dikumpulkan melalui metode survei menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data. Responden dalam penelitian ini adalah 115 Pada *Platform E-Commerce* Shopee Di Lhokseumawe. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda menggunakan perangkat lunak SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *social media* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Pada *Platform E-Commerce* Shopee di Kota Lhokseumawe, Secara parsial *website content* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Pada *Platform E-Commerce* Shopee di Kota Lhokseumawe, Secara parsial *online advertising* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Pada *Platform E-Commerce* Shopee di Kota Lhokseumawe, Secara simultan *social media*, *website content* dan *online advertising* berpengaruh terhadap keputusan pembelian Pada *Platform E-Commerce* Shopee di Kota Lhokseumawe.

Kata Kunci : *Social Media*, *Website Content*, *Online Advertising*, Keputusan Pembelian