

## ABSTRAK

Mega Sufian-00000023466

### PENGARUH HARGA, KEAMANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO ONLINE SHOPEE

Di Indonesia perkembangan *e-commerce* saat ini sangatlah pesat, Indonesia bahkan menduduki posisi pertama pada sepuluh peringkat negara dengan pertumbuhan *e-commerce* tercepat (databoks.katadata.co.id, 2019). Salah satu *e-commerce* yang paling besar di Indonesia adalah Shopee. Meskipun Shopee merupakan *e-commerce* nomor satu di Indonesia Shopee merupakan *e-commerce* dengan jumlah web traffic tertinggi dibanding pesaing-pesaing nya (iPrice, 2020) namun Shopee memiliki nilai beli yang cukup kecil dibandingkan pesaingnya seperti Tokopedia.

Penelitian kuantitatif ini dilakukan untuk menguji adanya pengaruh harga, keamanan dan promosi terhadap perilaku pembelian pada toko online Shopee. Dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan *purposive sampling* menggunakan 120 responden dengan metode pengumpulan data berupa kuesioner daring (*online questionnaire*). Perangkat lunak *SmartPls* digunakan dalam mengelolah data dengan hasil harga, keamanan dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada toko online Shopee. Implikasi manajerial pada penelitian ini adalah Shopee dapat menurunkan biaya layanan yang ditambahkan pada saat melakukan transaksi-transaksi tersebut atau dapat memberikan voucher cashback sehingga konsumen tidak lebih memilih *e-commerce* lainnya dalam pembayaran tagihan, Shopee dapat memberikan *statement* atau jaminan seperti asuransi yang menjamin data pelanggan aman dari kebocoran data ataupun bersedia untuk bertanggung jawab jika seandainya data pelanggan bocor, maka pelanggan akan semakin merasa aman untuk memberikan data pribadi mereka kepada Shopee, Shopee dapat membuat iklan berbentuk *digital* yang lebih menarik bagi pelanggannya agar bersedia memperhatikan dan dapat menerima

informasi dari iklan tersebut dan Shopee perlu untuk melakukan evaluasi terhadap aplikasi Shopee, *marketing mix*, kemudian dapat meningkatkan kepuasan dan kesan yang baik pada pelanggan setelah melakukan transaksi agar mereka bersedia untuk tetap dan terus bertransaksi untuk produk yang mereka butuhkan di Shopee.

**Kata Kunci** : harga, keamanan, promosi, keputusan pembelian  
**Referensi** : 87 (2000-2020)

