

## ABSTRAK

**Adelia Syapitri Nst, NIM 7191141016, Pengaruh Promosi dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Stambuk 2020 Universitas Negeri Medan.**

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Promosi dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Stambuk 2020 Universitas Negeri Medan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Teknik *total sampling* dengan jumlah sampel 83 mahasiswa terdiri dari 3 kelas. Instrumen pengumpulan data yang digunakan adalah dalam bentuk angket berupa skala likert.

Hasil analisis data menunjukkan persamaan regresi linear berganda pada penelitian yaitu  $Y = 3,049 + 0,334 X_1 + 0,680 X_2 + e$ , yang berarti ada pengaruh promosi dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian Shopee. Pengujian secara parsial variabel Promosi ( $X_1$ ) memiliki nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,192 > 1,990$ ) dengan nilai sig  $0,000 < 0,05$ . Untuk Kepercayaan ( $X_2$ ) memiliki nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $8,057 > 1,990$ ) dengan nilai sig  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada situs shopee pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi stambuk 2020.

**Kata Kunci : Pengaruh promosi dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian.**

THE  
*Character Building*  
UNIVERSITY

## ABSTRACT

**Adelia Syapitri Nst, NIM 7191141016, *The Influence of Promotion and Trust on Purchasing Decisions at Shopee among 2020 Stambuk Economic Education Students at Medan State University.***

The purpose of this research is to determine the influence of promotion and trust on purchasing decisions at Shopee among 2020 Stambuk Economics Education Students at Medan State University. The sampling technique used was a total sampling technique with a sample size of 83 students consisting of 3 classes. The data collection instrument used was in the form of a questionnaire in the form of a Likert scale.

The results of data analysis show that the multiple linear regression equation in the research is  $Y = 3.049 + 0.334$  Partial testing of the Promotion variable ( $X_1$ ) has a value of  $t_{count} > t_{table}$  ( $4.192 > 1.990$ ) with a sig value of  $0.000 < 0.05$ . For Trust ( $X_2$ ) it has a value of  $t_{count} > t_{table}$  ( $8.057 > 1.990$ ) with a sig value of  $0.000 < 0.05$  so it can be concluded that Trust ( $X_2$ ) has a positive and significant effect on Purchasing Decisions ( $Y$ ) on the shopee site for Stambuk Economic Education students 2020.

**Keywords:** *The influence of promotions and trust on purchasing decisions.*