

ABSTRAK

Persaingan dalam marketplace yang semakin ketat memaksa Lazada untuk terus melakukan inovasi yang dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian di Lazada. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Promosi terhadap Keputusan pembelian pada Lazada. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surabaya angkatan tahun 2019. Teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling pada mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surabaya angkatan tahun 2019 yang memenuhi kriteria yang ditentukan yakni sebanyak 89 orang. Sedangkan teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda menggunakan aplikasi SPSS versi 20.0. Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas pelayanan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian yakni dengan memberikan kualitas pelayanan yang berkualitas akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen terhadap lazada. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian karena dengan meningkatkan kepercayaan konsumen, maka mereka tidak akan ragu menggunakan lazada sebagai keputusan pembelian mereka. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian karena dengan melakukan promosi yang tepat sasaran maka akan banyak konsumen yang tertarik dan meningkatkan keputusan pembelian. Secara simultan kualitas pelayanan, kepercayaan dan promosi berpengaruh positif dan signifikan.

Kata Kunci : kualitas pelayanan, kepercayaan, promosi, dan keputusan pembelian

ABSTRACT

Competition among marketplaces is rapidly increasing. It forces Lazada to continue to innovate to attract customers to make purchases at Lazada. This research aimed to find out the effect of service quality, trust, and promotion on the purchasing decisions at Lazada. Moreover, the population was Students of the School of Economics Indonesia Surabaya, the academic year of 2019. Furthermore, the data collection technique used accidental sampling. In line with that, there were 89 students of the School of Economics Indonesia Surabaya who met the criteria as the sample. Additionally, the data analysis technique used multiple linear regression with SPSS 20.0 version. The result showed that service quality had a positive and significant effect on purchasing decisions. It meant by providing qualified service quality, customers' purchasing decisions at Lazada would be increased. Likewise, the trust had a positive and significant effect on purchasing decisions. This meant, the higher the customers' trust was, the less the customers were hesitant to use Lazada in their purchasing decisions. Similarly, promotion had a positive and significant effect on purchasing decisions. In other words, by doing on-target promotions, many customers would be interested and increase their purchasing decisions. Simultaneously, service quality, trust, and promotion had a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Service Quality, Trust, Promotion, Purchasing Decisions

I certify that the translation is true and accurate. Prepared by a professional translator. This translation is provided on this day 16/3/23

M. Fajri, S.Pd., M.Pd

ST.ESIA Language Center
Jl. Perum Pimpungan 60 Surabaya 60118, Indonesia