

## RINGKASAN

Penelitian ini merupakan penelitian mengenai pengaruh kepercayaan, potongan harga, *brand ambassador*, *brand awareness*, terhadap keputusan pembelian *e-commerce* Shopee. Penelitian ini berjudul “Pengaruh Kepercayaan, Potongan Harga dan Brand Ambassador Stray Kids dengan Brand Awareness sebagai Variabel Mediasi terhadap Keputusan Pembelian E-commerce Shopee”.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian *online* pada *e-commerce* Shopee di seluruh wilayah Indonesia. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Nonprobability sampling* dengan cara *convenience sampling* dan diperoleh sebanyak 200 sampel.

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan SmatPls menunjukkan bahwa: (1) Kepercayaan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. (2) Potongan harga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. (3) *Brand ambassador* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. (4) *Brand ambassador* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *brand awareness*. (5) *Brand awareness* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. (6) *Brand ambassador* melalui mediasi *brand awareness* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Implikasi dan kesimpulan di atas yaitu dalam upaya meningkatkan penjualan perusahaan harus melakukan strategi yang baik dalam menjaga kepercayaan konsumen, strategi yang pas dalam melakukan potongan harga, dan menggunakan *brand ambassador* yang memang diminati oleh masyarakat.

*Kata Kunci : Kepercayaan, Potongan Harga, Brand Ambassador, Brand Awareness, Keputusan Pembelian*

## **SUMMARY**

*The research is study about the influence of trust, price discounts, brand ambassadors, brand awareness, on Shopee e-commerce purchasing decisions. This study entitled "The Influence of Trust, Price Discounts and Stray Kids Brand Ambassador with Brand Awareness as a Mediation Variable on Shopee E-commerce Purchasing Decisions".*

*The population in this research are consumers who have made online purchases at Shopee e-commerce throughout Indonesia. The sampling method in this study was nonprobability sampling by means of convenience sampling and obtained 200 samples.*

*Based on the results of research using SmatPls shows that: (1) Trust has a significant positive effect on consumer purchasing decisions. (2) Price discounts have a significant positive effect on consumer purchasing decisions. (3) Brand ambassadors have a significant positive influence on consumer purchasing decisions. (4) Brand ambassadors have a significant positive influence on brand awareness. (5) Brand awareness has a significant positive effect on consumer purchasing decisions. (6) Brand ambassadors through mediation of brand awareness have a significant influence on consumer purchasing decisions.*

*The implications and conclusions above are that in an effort to increase sales, a company must carry out a good strategy in maintaining consumer trust, the right strategy in discounting prices, and using brand ambassadors that are indeed in demand by the community.*

*Keywords: Trust, Price Discounts, Brand Ambassador, Brand Awareness, Purchase Decision*

