

## RINGKASAN

Penelitian ini merupakan studi empiris dengan judul “Analisis Pengaruh Potongan Harga, Kepercayaan, dan Iklan di Internet terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Tokopedia”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel potongan harga, kepercayaan, dan iklan di internet terhadap variabel keputusan pembelian konsumen.

Populasi dalam penelitian ini adalah responden yang berumur  $\geq 17$  tahun, pernah menggunakan e-commerce Tokopedia sebanyak  $\geq 3$  kali dan jangka waktu terakhir bertransaksi di Tokopedia  $< 2$  bulan yang lalu dan berdomisili di Kota Purwokerto. Sampel penelitian ini sebanyak 96 responden diambil menggunakan metode *purposive sampling*.

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan analisis regresi linear berganda diolah dengan *software* SPSS menunjukkan bahwa variabel potongan harga dan kepercayaan signifikan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel iklan di internet tidak signifikan dan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Variabel potongan harga dinilai responden memenuhi harapannya, besarnya potongan harga yang diberikan Tokopedia membuat konsumen tertarik membeli karena harganya menjadi paling murah jika dibandingkan harga di e-commerce lainnya. Responden berpendapat bahwa akan lebih bermanfaat jika konsumen membeli produk yang terdapat potongan harga dengan kuantitas yang banyak sekaligus karena adanya *cashback* yang semakin besar.

Responden memiliki kepercayaan yang tinggi pada Tokopedia. Hal ini dikarenakan adanya kejujuran yang Tokopedia berikan, sistem transaksi di Tokopedia yang aman. Responden berpendapat bahwa produk yang dikirim sampai di tempat tepat pada waktunya. Selain itu responden juga berpendapat bahwa respon dari Tokopedia cepat saat ada pertanyaan dan tanggap saat konsumen mengalami masalah seperti kerusakan pada produk atau terdapat produk yang cacat.

Variabel iklan di internet dinilai responden menarik dan dapat menyampaikan informasi dengan jelas, namun iklan Tokopedia di internet tidak membuat responden melakukan pembelian di Tokopedia, hal ini dikarenakan terkadang iklan tersebut terlalu sering muncul sehingga mengganggu sehingga hanya dilihat sekilas oleh responden. Keputusan pembelian yang dilakukan bukanlah dikarenakan setelah melihat iklan di Tokopedia di internet.

Tokopedia perlu memberikan potongan harga yang lebih besar pada setiap jenis kategori produk sehingga sesuai dengan produk yang dibutuhkan konsumen. Selain itu, Tokopedia juga perlu lebih memberikan sistem yang lebih aman agar rasa percaya konsumen pada Tokopedia lebih tinggi. Tokopedia sebaiknya jangan terlalu fokus dalam melakukan promosi iklan di internet karena tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian di Tokopedia.

**Kata kunci:** Potongan Harga, Kepercayaan, Iklan di Internet, Keputusan Pembelian, *E-Commerce*, *Online*.

## **SUMMARY**

*This research is an empirical study with the title "Analysis of the Effect of Discounted Prices, Trustworthiness and Online Advertising on Consumer Purchase Decision Study in Tokopedia E-Commerce".*

*This study aims to analyze the variables discounted prices, trustworthiness and online advertising on consumer purchase decisions. The population in this study were respondents who were participated  $\geq 17$  years old, had used Tokopedia E-Commerce as many as 3 times and last time period of transactions  $< 2$  months ago, and stayed in Purwokerto. The sample of this study was 96 respondents who were taken using the purposive sampling method.*

*Based on the results of research using multiple linear regression analysis with SPSS software shows that the variables of discounted prices and trustworthiness have significant and positive effect on consumer purchasing decision, while online advertising variable has not significant and has no effect to consumer purchasing decision.*

*The discounted prices variable that the respondent received fulfills his expectations, the discounted prices given by Tokopedia makes consumers interested in buying because the price is cheaper than the prices in other e-commerce sites. Consider that it will be more beneficial if consumers buy products that are offered in greater amounts because of the greater cashback.*

*Respondents has high trust in Tokopedia. This is because of the honesty given by Tokopedia, a secure transaction system in Tokopedia. Respond to the product sent to the right place when it arrives. In addition, respondents also thinking that Tokopedia's response was fast when there were questions and responsive when consumers asked problems such as products when there were problems.*

*Online Advertising variables received by respondents are interesting and information can be conveyed clearly, but Tokopedia ads on the internet do not make respondents make purchases on Tokopedia, this is related to advertisements that often appear so it is easy to read at a glance by respondents. The purchase decision is made after seeing advertisements on Tokopedia on the internet.*

*Tokopedia needs to provide a larger discount for each type of product category in accordance with the products needed by consumers. In addition, Tokopedia also needs to provide a safer system so that consumers feel higher on Tokopedia. Tokopedia please don't focus too much on promoting advertisements on the internet because it has no influence on purchasing decisions on Tokopedia.*

**Keywords:** *Discounted Prices, Trustworthiness, Online Advertising, Consumer Purchase Decision, E-Commerce, Online.*