

**PENGARUH PROMOSI DAN TESTIMONI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI *E-COMMERCE*
SHOPEE (STUDI KASUS : MAHASISWA DI
KECAMATAN MEDAN SELAYANG)**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi (X_1) dan testimoni (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Kuantitatif. Berdasarkan hasil penelitian (uji-t) promosi (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai $T_{hitung} = 19,098 > T_{tabel} = 1,966$ dan mempunyai angka signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, testimoni (X_2) dengan nilai $T_{hitung} = 19.686 > T_{tabel} 1.966$ dan mempunyai angka signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Secara simultan promosi (X_1) dan testimoni (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), dengan nilai uji-f nilai F_{hitung} sebesar $228,619 > F_{tabel}$ sebesar $3,02$ dan nilai probability sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi (X_1) dan testimoni (X_2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

Kata Kunci : Promosi, Testimoni dan Keputusan Pembelian.

***THE INFLUENCE OF PROMOTIONS AND TESTIMONIALS ON
PURCHASING DECISIONS ON SHOPEE E-COMMERCE
(CASE STUDY : STUNDENTS IN MEDAN***

SELAYANG SUB DISTRICT)

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of promotion (X_1) and testimonials (X_2) on purchasing decisions (Y). The research method used in this research is the Quantitative method. Based on the results of research (T-test), promotion (X_1) has a positive and significant effect on purchasing decisions with a value of T-count = $19.098 > T_{table} = 1,966$ and has a significance figure of $0,000 < 0,05$, testimonial (X_2) with a value of T-count = $19.686 > T_{table} 1.966$ and a significance figure of $0,000 < 0,05$. Simultaneously promotion (X_1) and testimonials (X_2) have a positive and significant effect on purchasing decisions (Y), with the F_{test} value $228,619 > F_{table} = 3,02$ and the probability value is $0,000 < 0,05$. The research results show that promotions (X_1) and testimonials (X_2) have a positive and significant effect on purchasing decisions (Y).

Keywords : Promotion, Testimonial and Purchasing Decisions.