

**PENGARUH SALES PROMOTION DAN CONSUMER TRUST TERHADAP
IMPULSE BUYING ONLINE PADA SITUS MARKETPLACE SHOPEE**

(Studi Pada mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang)

ABSTRAK

Oleh:

Ivon Erlyananda

Dosen Pembimbing :

Dr. Indra Kurniawan, S.Sos. MM

Penelitian ini bertujuan (1) untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Sales Promotion*, (2) untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Consumer Trust* terhadap *Impulse Buying Online*. Penelitian ini menggunakan skala *likert* dan metode pengumpulan data dengan cara penyebaran angket. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang. Sampel yang digunakan berjumlah 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Acidental Sampling* yang pernah melakukan pembelian *online*.

Teknik analisis data penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS versi 21.0 Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *Sales Promotion* memiliki pengaruh terhadap *Impulse Buying Online*, (2) *Consumer Trust* memiliki pengaruh terhadap *Impulse Buying Online*.

Kata kunci : *Sales Promotion, Consumer Trust, Impulse Buying Online.*

**EFFECT OF SALES PROMOTION AND CONSUMER TRUST ON IMPULSE
BUYING ONLINE ON THE MARKETPLACE SHOPEE SITE**

(Study of STIE PGRI Dewantara Jombang students)

ABSTRACT

By:

Ivon Erlyananda

Supervisor :

Dr. Indra Kurniawan, S. Sos. MM

This study aims (1) to determine and analyze the effect of Sales Promotion, (2) to determine and analyze the effect of Consumer Trust on Impulse Buying Online. This study uses a Likert scale and data collection methods by distributing questionnaires. The population in this study were students of STIE PGRI Dewantara Jombang. The sample used amounted to 100 respondents. The sampling technique uses the Accidental Sampling technique that has made online purchases.

The data analysis technique of this study used descriptive analysis and multiple linear regression with the help of SPSS version 21.0. The results showed that (1) Sales Promotion had an influence on Impulse Buying Online, (2) Consumer Trust had an influence on Impulse Buying Online.

Keyword : *Sales Promotion, Consumer Trust, Impulse Buying Online.*

