

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KEPERCAYAAN  
KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI ULANG BARANG  
ELEKTRONIK (Studi Pada Konsumen Marketplace Shopee di  
Jombang)**

**ABSTRAK Oleh :**

**Shella Nuryah Agustin  
1961024**

**Dosen Pembimbing :  
Wenda W. Christiyanto, SE., MM**

Perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin maju dapat kita rasakan di zaman modern ini. Promosi penjualan sangat berpengaruh dalam berbelanja online karena hal itu menjadi salah satu kunci penting untuk konsumen melakukan pembelian ulang terhadap sebuah produk. Minat beli ulang berpengaruh dalam kegiatan pemasaran, hal tersebut mencerminkan perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan yang akan berpengaruh dalam tingkat penjualan produk tersebut. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh promosi penjualan dan kepercayaan konsumen terhadap minat beli ulang. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan menggunakan *explanatory research*. Responden yang digunakan sebanyak 100 orang dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen barang elektronik marketplace shopee. Menggunakan alat bantu *software* SPSS 25 for windows. Hasil penelitian menunjukkan variabel promosi penjualan dan kepercayaan konsumen berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. Hasil pengujian koefisien determinan menunjukkan promosi penjualan dan kepercayaan konsumen terhadap minat beli ulang sebanyak sebesar 52,5% dan sisanya 47,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil  $R^2$  sebesar 0,525 termasuk dalam kategori moderat.

Kata kunci : *Promosi penjualan, kepercayaan konsumen, minat beli ulang*