

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi penjualan, *review* produk, dan keamanan berbelanja terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Shopee. Objek penelitian adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember yang merupakan pengguna aktif aplikasi Shopee. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5%. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi penjualan, *review* produk, dan keamanan berbelanja berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Shopee. Promosi penjualan yang menarik, *review* produk yang informatif, serta keamanan berbelanja yang baik mampu meningkatkan kepercayaan dan mendorong konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Secara simultan, ketiga variabel tersebut memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember dalam menggunakan *marketplace* Shopee.

Kata Kunci: Promosi Penjualan, *Review* Produk, Keamanan Berbelanja, Keputusan Pembelian, Shopee.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of sales promotion, product reviews, and shopping security on purchase decisions in the Shopee marketplace. The object of this research is students of Muhammadiyah University of Jember who are active users of the Shopee application. This study employed a quantitative approach using a survey method through questionnaire distribution to respondents. The sampling technique used the Slovin formula with a 5% error rate. Data analysis was conducted using multiple linear regression to determine the effect of each independent variable on the dependent variable. The results indicate that sales promotion, product reviews, and shopping security influence purchase decisions in the Shopee marketplace. Attractive sales promotions, informative product reviews, and reliable shopping security increase consumer trust and encourage purchasing decisions. Simultaneously, these three variables contribute to the purchase decisions of students at Muhammadiyah University of Jember when using the Shopee marketplace.

Keywords: *Sales Promotion, Product Reviews, Shopping Security, Purchase Decision, Shopee.*

