**Analisis Program Promo Online Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Surabaya Melalui Kepercayaan Pada E-Commerce Shopee**

**Yulius Septianto1, Theresia Pradiani2, Mohammad Maskan3**

Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang, Indonesia

[yuliusstkhay@gmail.com](mailto:yuliusstkhay@gmail.com), [theresia.pradiani@asia.ac.id](mailto:theresia.pradiani@asia.ac.id), [alifmaskan@gmail.com](mailto:alifmaskan@gmail.com)

**ABSTRAK**

*E-commerce* telah menjadi salah satu fenomena paling penting dalam era digital yang ditandai dengan perubahan mendalam dalam cara kita melakukan bisnis, berbelanja, dan berinteraksi secara umum. Pertumbuhan e-commerce telah membawa banyak manfaat, namun juga ada tantangan yang terkait. Salah satu tantangan utama adalah meningkatnya persaingan di antara perusahaan e-commerce, baik yang besar maupun yang kecil. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh program promo *online* dan *service quality* terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee di area Surabaya dan sekitarnya melalui kepercayaan konsumen pada *e-commerce* sebagai variabel *intervening*. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Shopee di Surabaya yang sudah melakukan transaksi di Shopee minimal 2x dengan sampel responden sebanyak 100 orang. Teknik sampling yang digunakan adalah *Purposive Sampling* dan metode analisis data yang digunakan adalah analisis jalur dengan aplikasi SmartPLS 3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) variabel promo *online* dan *service quality* berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan konsumen dan keputusan pembelian, 2) kepercayaan konsumen juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, 3) namun kepercayaan konsumen tidak dapat menjadi *intervening* atau memediasi baik itu promo *online* maupun *service quality* terhadap keputusan pembelian.

***Kata Kunci***: Promo *Online*, *Service Quality*, Kepercayaan Konsumen, Keputusan Pembelian, Shopee

**ABSTRACT**

*E-commerce has become one of the most significant phenomena in the digital era, marked by profound changes in the way we conduct business, shop, and interact in general. The growth of e-commerce has brought many benefits, but there are also associated challenges. One of the main challenges is the increasing competition among e-commerce companies, both large and small. The purpose of this study is to analyze the impact of online promotional programs and service quality on consumer purchase decisions on Shopee in the Surabaya area and its surroundings, with customer trust in e-commerce as an intervening variable. The population of this study consists of Shopee consumers in Surabaya who have made at least two transactions on Shopee, with a sample of 100 respondents. The sampling technique used is Purposive Sampling, and the data analysis method used is path analysis with the SmartPLS 3 application. The results of the study show that 1) online promotion and service quality variables have a significant impact on customer trust and purchase decisions, 2) customer trust also significantly affects purchase decisions, 3) however, customer trust cannot serve as an intervening or mediating variable between online promotion or service quality and purchase decisions.*

***Keyword****: Online Promotion, Service Quality, Customer Trust, Purchase Decisions, Shopee*

**PENDAHULUAN**

E-commerce telah mengubah cara kita melakukan bisnis, berbelanja, dan berinteraksi di era digital. Sejak kemunculan internet, perdagangan elektronik berkembang pesat, memperluas pasar global dan mempermudah akses produk dan layanan. Fenomena ini tidak hanya terjadi di negara maju tetapi juga di negara berkembang, termasuk Indonesia yang mengalami peningkatan signifikan dalam e-commerce.

Faktor-faktor yang mendorong pertumbuhan e-commerce meliputi kemajuan teknologi, peningkatan penetrasi internet, perkembangan infrastruktur digital, dan perubahan perilaku konsumen. Konsumen kini dapat berbelanja online dengan mudah dan cepat, tanpa batasan geografis atau waktu, yang mengubah lanskap perdagangan global.

E-commerce juga membuka peluang bagi usaha kecil dan menengah untuk bersaing di pasar yang sebelumnya didominasi perusahaan besar. Namun, pertumbuhan e-commerce juga menghadirkan tantangan, seperti persaingan ketat, isu keamanan data, dan kepercayaan konsumen terhadap transaksi online.

Shopee menjadi salah satu platform e-commerce terpopuler di Indonesia, dengan kunjungan situs tertinggi sepanjang 2023. Shopee menarik konsumen melalui berbagai promo dan diskon, kemudahan penggunaan, dan antarmuka yang ramah pengguna. Fitur-fitur seperti Shopee Live, Shopee Supermarket, dan Shopee Express berkontribusi pada popularitasnya.

Penelitian menunjukkan bahwa promosi dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan pra-survei, meskipun ada beberapa masalah, konsumen lebih memilih Shopee dibandingkan platform lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi online dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen di Surabaya melalui kepercayaan pada Shopee.