

Abstrak

**Pengaruh Diskon, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan
Pembelian Online Pada *E-Commerce* Shopee**
(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma)

Priska Diana Ombo

202114099

Universitas Sanata Dharma Yogyakarta

2025

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh diskon, persepsi risiko, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian pada *platform e-commerce* shopee. Seiring dengan pesatnya *perkembangan e-commerce* di indonesia, shopee menjadi salah satu platform yang sangat populer di kalangan konsumen muda, khususnya mahasiswa.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei, dimana data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada 144 responden yang merupakan mahasiswa fakultas ekonomi yang aktif menggunakan shopee. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Untuk menguji pengaruh variabel independen (diskon, persepsi risiko, dan kepercayaan) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, (1) diskon berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian online pada *e-commerce* shopee, (2) persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian online pada *e-commerce* shopee, (3) kepercayaan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian online pada *e-commerce* shopee.

Kata Kunci: Diskon, Persepsi Risiko, Kepercayaan, Keputusan Pembelian, E-Commerce Shopee

Abstract

***The Effect Of Discounts, Risk Perception And Trust On Online Purchase
Decisions On Shopee E-Commerce***

A Study On Students Of The Faculty Of Economics, Sanata Dharma University

Priska Diana Ombo

202114099

Universitas Sanata Dharma Yogyakarta

2025

This study aims to test the effect of discounts, risk perception, and trust on purchasing decisions on the shopee e-commerce platform. Along with the rapid development of e-commerce in indonesia, shopee has become one of the most popular platforms among young consumers, especially students.

This study uses a quantitative method with a survey approach, where data is collected through questionnaires distributed to 144 respondents who are students of the faculty of economics who actively use shopee. The data analysis technique used is multiple linear regression. To test the effect of independent variables (discounts, risk perception, and trust) on the dependent variable (purchase decisions).

The results of this research show that, (1) discounts have a positive effect on online purchasing decisions on shopee e-commerce, (2) risk perception does not have an effect on online purchasing decisions on shopee e-commerce, (3) trust has a positive effect on online purchasing decisions on shopee e-commerce.

Keywords: Discounts, Risk Perception, Trust, Purchasing Decisions, Shopee E-Commerce