

ABSTRAK

Sikap adalah merupakan hal yang penting dari niat dalam menggunakan internet untuk membeli atau untuk menggunakan *e-commerce*. Serta norma subjektif yang sangat prediktif terhadap kemungkinan menggunakan *e-commerce* dan berdasarkan perkembangan teknologi dari orang-orang yang tidak dianggap penting. Dalam belanja *online*, kemampuan diri akan mengarah dan memicu kepada penilaian konsumen untuk berbelanja online pada *e-commerce*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh attitude, dan promotion terhadap keputusan pembelian pada pengguna shopee di kota Surabaya.

Pada penelitian ini yang dipakai adalah penelitian konklusif pada studi *experimental* atau *causal research*. Untuk teknik penelitian ini dengan metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling*. Jenis metode yang digunakan adalah *purposive sampling*. Sampel yang digunakan dengan jumlah 30 orang yang belanja di aplikasi *e-commerce Shopee*. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa attitude, dan promotion terhadap keputusan pembelian pada pengguna shopee di kota Surabaya

Kata Kunci: ATTITUDE; PROMOTION; KEPUTUSAN PEMBELIAN;

***THE INFLUENCE OF ATTITUDE, AND PROMOTION ON
PURCHASING DECISIONS ON SHOPEE USERS IN SURABAYA***

ABSTRACT

Attitude is an important aspect of intention to use the internet to buy or to use e-commerce. As well as subjective norms that are highly predictive of the possibility of using e-commerce and based on technological developments from people who are not considered important. In online shopping, self-ability will lead and trigger consumer judgments to shop online on e-commerce. This study aims to determine the effect of attitude, and promotion on purchasing decisions on shopee users in the city of Surabaya

In this study, conclusive research is used in experimental studies or causal research. For this research technique, the sampling method used is non-probability sampling. The type of method used is purposive sampling. The sample used is 30 people who shop on the Shopee e-commerce application. Data were collected using a questionnaire. The analytical technique used is multiple linear regression analysis with the help of SPSS program. The results of this analysis indicate that attitude, and promotion of purchasing decisions on shopee users in the city of Surabaya

Keywords: Attitude; Subjective Norm; Perceived Behavioral Control; Continued Use Intention.