

ABSTRACT

The rapid technology advances and information flow make a large part of Indonesia society more open-minded to globally technology advances, especially internet. This indirectly brings a phenomenon in the form of a new lifestyle in people who like to use the internet for digital-based shopping or commonly referred to as e-commerce. This study aims to determine the effect of shopping lifestyle, sales promotion and e-service quality on purchasing decisions of Tokopedia users in Jotangan Mojokerto Village. This study uses a quantitative approach with a total sample of 100 Tokopedia users in Jotangan Hamlet. The sampling technique used accidental sampling. The data were collected using a questionnaire that was arranged systematically containing several statements that had met the validity and reliability requirements. Data analysis used multiple linear regression which previously tested the classical assumption and met the requirements. The partial test results show that shopping lifestyle, sales promotion and e-service quality have a significant effect on the purchasing decisions of Tokopedia users and the test results simultaneously show that shopping lifestyle, sales promotion and e-service quality have a significant effect on Tokopedia users purchasing decisions.

ABSTRAK

Pesatnya kemajuan teknologi dan arus informasi membuat sebagian besar masyarakat Indonesia semakin terbuka terhadap perkembangan teknologi secara global khususnya internet. Hal tersebut secara tidak langsung membawa fenomena berupa gaya hidup yang baru di masyarakat yang suka untuk memanfaatkan internet untuk berbelanja berbasis digital atau biasa disebut dengan istilah *e-commerce*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *shopping lifestyle*, *sales promotion* dan *e-service quality* terhadap keputusan pembelian pengguna Tokopedia di Desa Jotangan Mojokerto. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden pengguna Tokopedia di Dusun Jotangan. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*. Data diambil menggunakan kuesioner yang disusun secara sistematis berisi beberapa pernyataan yang sudah memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Analisis data menggunakan regresi linier berganda yang sebelumnya sudah dilakukan uji asumsi klasik dan memenuhi syarat. Hasil uji secara parsial menunjukkan bahwa *shopping lifestyle*, *sales promotion* dan *e-service quality* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pengguna Tokopedia dan hasil uji secara simultan menunjukkan bahwa *shopping lifestyle*, *sales promotion* dan *e-service quality* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pengguna Tokopedia.

Kata Kunci : *Shopping Lifestyle, Sales Promotion, E-Service quality, Keputusan Pembelian*