ABSTRAK

Nama : Dara Syafrina

Program Studi : Magister Manajemen

Judul : Seberapa Cepat Anda Membeli?: Studi Promosi Penjualan pada Industri E-Commerce di Indonesia

Analisis pengaruh adanya hubungan antara *sales promotion* dengan keputusan pembelian pada industri e-commerce di Indonesia telah berhasil dilakukan. *E-commerce* lima besar di Indonesia Lazada, BukaLapak dan Shopee. Promosi berbatas waktu yang telah berhasil diteliti adalah *Promo Flash Sale*, *Promo Regular Sale* dan *Promo Festive Sale*. *Partial Least Square* (PLS) digunakan untuk pengujian model struktural yang juga digunakan untuk uji validitas dan reliabilitas. Analisis regresi dilakukan pada penelitian ini untuk mempelajari hubungan yang ada antar variabel-variabel. Hasil menunjukkan ketiga promo tersebut berpengaruh terhadap *Attitude* dan *Intention to Buy*. Sebanyak 52,9% model memprediksi dari faktor penentu Attitude dan Purchase Intention.

Kata Kunci:E-Commerce, PLS, Analisis regresi, Sikap, Keputusan Pembelian, Promosi Penjualan