

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi harga, keamanan, dan promosi terhadap keputusan pembelian e-commerce Lazada. Penelitian ini dilakukan terhadap masyarakat pengguna atau yang pernah membeli menggunakan e-commerce Lazada di Kabupaten Grobogan. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang memakai atau yang pernah membeli menggunakan E-Commerce Lazada di Kabupaten Grobogan. Untuk data primer di dapatkan dari kuisisioner atau angket yang dibagikan secara langsung dan online sebanyak 102 responden dan data sekunder melalui internet, jurnal-jurnal, dan berbagai literature. Teknik sampling yang digunakan yaitu purposive sampling. Pengujian olah data yang digunakan yaitu uji instrument, uji regresi berganda, uji hipotesis. Hasil penelitian membuktikan bahwa : Persepsi harga dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada e-commerce Lazada di Kabupaten Grobogan, sedangkan keamanan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada e-commerce Lazada di Kabupaten Grobogan.

**Kata Kunci : Persepsi Harga, Keamanan, Promosi dan Keputusan Pembelian**

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the effect of perceived price, security, and promotion on Lazada e-commerce purchasing decisions. This research was conducted on community users or those who have purchased using e-commerce Lazada in Grobogan Regency. The population in this study are people who use or have purchased using Lazada E-Commerce in Grobogan Regency. For primary data obtained from questionnaires or questionnaires distributed directly and online as many as 102 respondents and secondary data through the internet, journals, and various literature. The sampling technique used is purposive sampling. Testing if the data used are instrument test, multiple regression test, hypothesis testing. The results of the study prove that: Price perception and promotion have a positive and significant effect on purchasing decisions on e-commerce Lazada in Grobogan Regency, while security has a positive but not significant effect on purchasing decisions on e-commerce Lazada in Grobogan Regency.*

***Keywords: Price Perception, Security, Promotion and Purchase Decision***