

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh potongan harga dan pembayaran Shopee *PayLater* terhadap keputusan pembelian pengguna Shopee di Bandung. Dalam era digital yang semakin berkembang, *e-commerce* telah menjadi salah satu platform utama bagi konsumen untuk melakukan transaksi belanja. Shopee sebagai salah satu pemain utama di industri ini terus berinovasi dengan berbagai strategi pemasaran untuk menarik minat konsumen.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada 100 responden pengguna Shopee di Bandung. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda untuk menguji pengaruh potongan harga dan pembayaran Shopee *PayLater* terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa potongan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Konsumen cenderung lebih tertarik dan terdorong untuk melakukan pembelian ketika ditawarkan potongan harga yang menarik. Selain itu, pembayaran Shopee *PayLater* juga terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Fitur pembayaran yang memberikan fleksibilitas bagi konsumen ini meningkatkan kenyamanan dan kemudahan dalam bertransaksi, sehingga mendorong keputusan pembelian.

Kata kunci : potongan harga, shopee *paylater*, keputusan pembelian, *e-commerce*, pemasaran digital.