

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa besar Pengaruh Diskon Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Aplikasi Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Putra Indonesia Yptk Padang Bp 20). Metode pengumpulan data melalui survey dan mengedarkan kusioner, dengan populasi 650 orang sampel 100 responden yang didapatkan dari slovin. Metode analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) menggunakan SmartPLS.

Hasil penelitian yang didapatkan dimana terdapat pengaruh positif yang signifikan Diskon terhadap Minat Beli. Terdapat pengaruh positif yang signifikan Promosi terhadap Minat Beli. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan Diskon terhadap Keputusan Pembelian. Terdapat pengaruh negative dan tidak signifikan Minat Beli terhadap Keputusan pembelian. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. Terdapat pengaruh negative dan tidak signifikan Diskon terhadap Keputusan pembelian melalui Minat Beli. Terdapat pengaruh negative dan tidak signifikan Promosi terhadap Keputusan pembelian melalui Minat Beli.

**Kata Kunci : *Diskon, Promosi, Minat Beli Dan Keputusan Pembelian***