

ABSRTAK

Pada zaman modern ini manusia sangat bergantung pada internet, dengan adanya internet ini banyak sekali inovasi-inovasi baru yang salahsatunya adalah aplikasi belanja online. Salah satu aplikasi belanja online yang tengah digandrungi oleh masyarakat indonesia yakni shopee. sudah menjadi salah satu keadaan dimana aplikasi shopee ini mempunyai masalah menurut penggunanya diantara masalah tersebut yakni dari segi promosi yang kurang dan kualitas pelayanan yang kurang, sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari promosi dan kualitas pelayanan aplikasi terhadap keputusan pembelian pada shopee. penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikaf serta menuggunakan analisis regresi linear berganda. Populasi yang di ambil dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang program studi manajemen angkatan tahun 2018 yang menggunakan aplikasi shopee, dan diperoleh sampel sebanyak 129 mahasiswa dengan menggunakan purposive sampling. Berdasarkan hasil yang di dapat bahwa variabel promosi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian, kualitas pelayanan aplikasi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian serta promosi dan kualitas pelayanan aplikasi berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Promosi, Kualitas Pelayanan Aplikasi, Internet, dan Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

In this modern era, humans are very dependent on the internet, with the internet there are lots of new innovations, one of which is an online shopping application. One of the online shopping applications that are being loved by Indonesian people is Shopee. has become one of the conditions where the shopee application has problems according to its users among these problems, namely in terms of lack of promotion and poor service quality, so this study aims to determine the effect of promotion and application service quality on purchasing decisions at shopee. This study uses descriptive and verification methods and uses multiple linear regression analysis. The population taken in this research was Buana Perjuangan University students in the 2018 class of management study program who used the Shopee application, and a sample of 129 students was obtained using purposive sampling. Based on the results, it can be seen that promotion variable has a partial effect on purchasing decisions, application service quality has a partial effect on purchasing decisions and promotion and application service quality has a simultaneous and significant effect on purchasing decisions.

Keywords : Promotion, Application Service Quality, Internet, and Purchase Decision.

