

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada konsumen shopee. Permasalahan pada penelitian ini yaitu mengenai jumlah pengunjung aplikasi shopee pada tahun 2016 – 2018 menempati urutan keempat dari kompetitor *online shop* lainnya. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang berdomisili di Kecamatan Tembalang Kota Semarang dan telah melakukan pembelian pada aplikasi shopee minimal satu kali.

Pengumpulan data dilakukan dengan metode kuesioner yang disebarluaskan secara online melalui media sosial dalam bentuk *Google Form* kepada para pengguna shopee khusus di Kecamatan Tembalang. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *non probability* dengan pendekatan *purposive sampling*. Kemudian data yang telah terkumpul diolah menggunakan aplikasi *software IBM SPSS*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen shopee di Kecamatan Tembalang.

kata kunci : Promosi, kualitas pelayanan, keputusan pembelian, *online shop*