

ABSTRAK

Juswanti, 2020. "Pengaruh Promosi *Online* dan Kualitas pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Oke Beli Shop". Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah. Dibimbing oleh Pembimbing I H. Abd Rahman Rahim dan Pembimbing II Muh. Nur Rasyid.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Promosi *Online* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Oke Beli Shop. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Maka yang menjadi populasi dari penelitian adalah Konsumen Oke Beli Shop yang telah melakukan pembelian. Adapun sampel sebanyak 65 orang dalam penelitian ini. Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah teknik analisis Linear Berganda.

Hasil Penelitian Menunjukkan bahwa Promosi *Online* berpengaruh Positif tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen, sedangkan untuk Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen, dengan nilai signifikan lebih kecil dari probabilitas signifikan ($0,000 < 0,05$).

Kata kunci :Promosi *Online*, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

