

## 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

