

ABSTRAK

ANALISA PENGARUH STRATEGI PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI DI APLIKASI BELANJA SHOPEE

Ikhwan Maulana ¹, Windarko ²

¹ Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

² Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dampak dari strategi promosi terhadap minat beli di dalam aplikasi Shopee, untuk memahami pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli dalam aplikasi Shopee, dan untuk mengungkapkan dampak dari minat beli terhadap keputusan pembelian dalam aplikasi Shopee. Penelitian ini mengikuti pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Metode pemilihan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, di mana sampel dipilih berdasarkan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Data dikumpulkan melalui penggunaan kuesioner yang diberikan kepada 122 responden. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi promosi memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat belanja konsumen di dalam aplikasi Shopee. Selain itu, kualitas pelayanan juga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat beli konsumen di dalam aplikasi Shopee. Selanjutnya, minat beli memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di dalam aplikasi Shopee.

Kata Kunci: *Strategi Promosi, Kualitas Pelayanan, Minat beli, Keputusan Pembelian*