

ABSTRAK

Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada *Marketplace Tokopedia* (Studi Kasus di PT. REZEKI PRIMA JAYA ABADI MEDAN)

CHRISTIAN HALIM¹

MICHAEL TANOTO²

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisa dampak promosi, kualitas pelayanan, dan harga terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif dengan penelitian deskriptif sebagai jenis penelitian. Peneliti menggunakan teknik yang dikenal dengan “*sampling jenuh*”. Sampel pada penelitian ini berjumlah 30 karyawan. Hasil penelitian dengan pengujian hipotesis secara simultan menunjukkan bahwa promosi, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa promosi, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Promosi, Kualitas Pelayanan, Harga, Keputusan Pembelian, *Marketplace Tokopedia*