

ABSTRAK

Perkembangan E-commerce di Indonesia berkembang sangat cepat pada tiap tahunnya. Hal ini membuat devisa negara bertambah dengan sangat signifikan. Adapun penelitian ini memakai jenis penelitian eksplanatori, yaitu penelitian yang berfokus pada penjualan penjualan jasa yang didukung secara online. Tujuan penelitian ini untuk mencari tahu efektivitas tentang hal yang berpengaruh terhadap penjualan jasa secara online, seperti persepsi harga, promosi, kualita pelayanan dan kemudahan penggunaan. Metode penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif menggunakan analisis statistik parametrik. Sampel pada penelitian ini berasal dari responden yang sudah melakukan pembelian jasa secara online. Data dikumpulkan dengan menggunakan penyebaran kuesioner yang dilakukan dengan online kepada responden berbantuan google form. Hasil penelitian yang diperoleh dari perhitungan regresi linier berganda menunjukkan persamaan $Y = 4,587 + 0,115 X_1 + 0,133 X_2 + 0,206 X_3 + 0,361 X_4$, dimana variabel persepsi harga, promosi, kualitas pelayanan tidak mempengaruhi keputusan pembelian, untuk variabel penggunaan mempengaruhi keputusna pembelian e-commerce Gojek Medan. Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu pada waktu pelaksanaan penelitian yang singkat dan jumlah sampel yang kurang memadai dibanding jumlah populasi yang ada.

Kata kunci: e-commerce, persepsi harga, promosi, kualitas pelayanan, kemudahan, keputusan pembelian