

## ABSTRAK

### **Pengaruh E-Service Quality, Promosi, dan Transaksi Online Terhadap Penjualan Pada Aplikasi Traveloka di Kota Medan**

#### **Program Studi Manajemen, Universitas Prima Indonesia**

Penelitian ini dilakukan pada pengguna Aplikasi Traveloka di Kota Medan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *E-Service Quality*, Promosi, dan Transaksi Online terhadap penjualan Traveloka di Kota Medan. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang diperoleh melalui teknik purposive sampling. Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan *E-service quality*, promosi, dan transaksi online berpengaruh signifikan terhadap penjualan dengan nilai F hitung sebesar 43,114 dan tingkat signifikansi 0,000 ( $< 0,05$ ). Secara parsial, *E-service quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap penjualan dengan nilai signifikansi 0,981 ( $> 0,05$ ), sedangkan promosi dan transaksi online berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan dengan nilai signifikansi masing-masing 0,000 ( $< 0,05$ ). Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,574 menunjukkan bahwa 57,4% variasi penjualan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen dalam penelitian ini, sedangkan sisanya sebesar 42,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

**Kata Kunci : E-Service Quality, Promosi, Transaksi Online, Penjualan**