

ABSTRAK

Shopee merupakan sebuah aplikasi tempat berbelanja atau biasa disebut marketplace yang menyediakan berbagai kebutuhan sehari-hari dan juga sebagai wadah bagi penjual dan pembeli dalam bertransaksi secara online. Melihat pada perkembangan zaman sekarang yang mana semakin maju, maka banyak perusahaan *e-commerce* yang melakukan berbagai inovasi dalam memasarkan bisnis mereka dan memperbaiki kualitas pelayanan yang diberikan untuk menarik minat beli konsumen. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh promosi tanggal istimewa dan kualitas pelayanan terhadap minat beli di provinsi Sumatera Barat. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti adakah pengaruh Promosi, kualitas pelayanan terhadap minat beli pada aplikasi Shopee di provinsi Sumatera Barat.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, dengan menggunakan *software* SPSS 16. Adapun teknik penentuan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *non-probability sampling dengan purposive sampling*, dengan jumlah responden 100 orang.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis (uji-t), promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, lalu promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Promosi memiliki t hitung sebesar 3,928 dan kualitas pelayanan sebesar 4,191 yang mana lebih besar dari pada 1,661. Hasil koefisien determinasi pada penelitian ini yaitu variabel promosi dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh sebesar 48% terhadap minat beli dan sisanya 52% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kesimpulan pada penelitian ini adalah terdapatnya pengaruh promosi terhadap minat beli dibuktikan pada uji-t dengan t hitung besar dari 1,661 dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli dengan dibuktikan pada uji-t dengan t hitung besar dari 1,661.

Kata kunci: Promosi, Kualitas Pelayanan, Minat Beli