

The Influence of Digital Wallet, Sales Promotion and Service Quality on Purchasing Decision of Indomaret Consumers (Case Study on Indomaret Consumers in South Jakarta)

ABSTRACT

By Muhammad Ramdanizam Sakarian

This research is a research using quantitative methods with the aim of knowing the effect of digital wallets, sales promotions, and service quality on Indomaret consumer purchasing decisions. The population in this study are Indomaret consumers in South Jakarta with a sample of 100 consumers who have transacted at Indomaret using a digital wallet. Sampling method Probability sampling with Purposive Sampling. This study used a questionnaire to collect data and SmartPLS 4.0 software for data processing tools. The results of this study indicate that (1) Digital Wallet has a positive and significant effect with a path coefficient value of 0.427. (2) Sales promotion has a positive and significant effect with a path coefficient value of 0.448. (3) Service Quality has an effect and is not significant with a path coefficient of 0.046 on purchasing decisions. The contribution of digital wallets, sales promotions and service quality together to purchasing decisions is 78.3%, of which the remaining 21.7% is explained by other variables.

Keywords: Purchase Decision, Digital Wallet, Sales Promotion, Service Quality, Retail

**Pengaruh Dompot Digital, Promosi Penjualan dan Kualitas
Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret
(Studi Kasus pada Konsumen Indomaret di Jakarta Selatan)**

ABSTRAK

Oleh Muhammad Ramdanizam Sakarian

Penelitian ini adalah penelitian dengan metode kuantitatif yang memiliki tujuan untuk mengetahui adanya pengaruh dari dompet digital, promosi penjualan, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen Indomaret. Populasi dalam penelitian ini merupakan konsumen Indomaret di Jakarta Selatan dengan sampel berupa konsumen yang sudah bertransaksi di Indomaret menggunakan dompet digital yang berjumlah 100 responden. Metode pengambilan sampel Probability sampling dengan Purposive Sampling. Penelitian ini menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data serta software SmartPLS 4.0 untuk alat pengolahan data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Dompot Digital berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,427. (2) Promosi Penjualan berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai koefisien jalur 0,448. (3) Kualitas Pelayanan berpengaruh dan tidak signifikan dengan koefisien jalur sebesar 0,046 terhadap keputusan pembelian. Adapun kontribusi dompet digital, promosi penjualan dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian sebesar 78,3% yang mana sisa 21,7% lainnya dijelaskan oleh variabel lain.

Kata Kunci : Keputusan Pembelian, Dompot Digital, Promosi Penjualan, Kualitas Pelayanan, Ritel