

**PENGARUH *PROMOTION* DAN *E-SERVICE QUALITY* YANG  
DILAKUKAN PADA UMKM AMEFURASHI TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN DI TOKOPEDIA**

**Oleh Ariq Kamil Nugroho**

**ABSTRAK**

Penyedia layanan perdagangan online berkembang pesat, saat ini di Indonesia. Penelitian ini mengambil 96 responden konsumen Toko Amefurashi di Tokopedia dan menggunakan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini untuk mengetahui, menganalisis, dan membuktikan apakah *promotion* yang dilakukan pada Toko Amefurashi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Tokopedia. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan diketahui bahwa secara parsial *promotion* dan *e-service quality* berpengaruh secara positif, signifikan dan simultan terhadap keputusan pembelian di toko Amefurashi di Tokopedia, hal ini yang mengartikan bahwa promosi penjualan merupakan rangsangan langsung yang ditujukan kepada konsumen untuk melakukan pembelian. Promosi penjualan mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** Toko Online, Tokopedia, Promosi, UMKM, Pelayanan elektronik

**THE INFLUENCE OF PROMOTION AND E-SERVICE  
QUALITY AT SMALL BUSINESS AMEFURASHI ON  
PURCHASE DECISIONS AT TOKOPEDIA**

**By Ariq Kamil Nugroho**

***ABSTRACT***

*Online trading service providers are rapidly growing in Indonesia. This study took 96 consumer respondents from the Amefurashi Store in Tokopedia and used purposive sampling techniques to investigate, analyze, and prove whether the promotions carried out in the Amefurashi Store have an effect on purchasing decisions on Tokopedia. Based on the analysis and discussion, it is known that promotion and e-service quality have a positive, significant, and simultaneous effect on purchasing decisions in the Amefurashi Store on Tokopedia, which means that sales promotions are direct stimuli aimed at consumers to make purchases. Sales promotions affect consumers in purchasing decisions.*

***Keyword: E-Commerce, Tokopedia, Promotion, Small Business, E-service quality***