

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di aplikasi Tokopedia (survei pada mahasiswa STIESIA Surabaya). Populasi yang digunakan dalam penelitian merupakan mahasiswa STIESIA Surabaya yang membeli produk di Tokopedia.

Jenis penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian yang bersifat deskriptif analisis dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan teknik metode *non probability sampling* dan penentuan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Metode analisis data dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan alat bantu aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 22.0. Pengujian instrumen menggunakan uji validitas dan reliabilitas.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : harga, promosi, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian.