

**PENGARUH *E-SALES PROMOTION* DAN *E-SERVICE QUALITY*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN VIUIT DI KOTA MALANG**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai

Derajat Sarjana Manajemen



Disusun Oleh :

Annisa Salsabilatussyifa

(202010160311236)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
TAHUN 2024**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Annisa Salsabilatussyifa

NIM : 2020101603111236

Program Studi : Manajemen

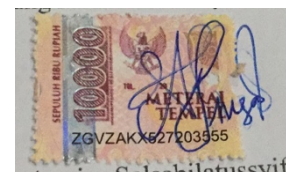
Surel : entuscipa@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

- 1) Skripsi ini merupakan karya ilmiah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, bukan dari hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya dan bukan merupakan hasil penjiplakan (plagiarisme) dari hasil karya orang lain.
- 2) Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagian bahan rujukan (refrensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan/sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan telah dicantumkan pada daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan karya ilmiah yang berlaku.
- 3) Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 18Juli 2024

Yang Membuat Pernyataan



Annisa Salsabilatussyifa
Annisa Salsabilatussyifa

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH E-SALES PROMOTION DAN E-SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN VIUIT DI KOTA MALANG

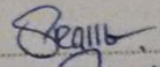

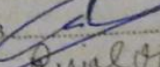
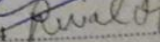
Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Annisa Salsabilatussyifa
NIM : 202010160311236
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 18 Juli 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

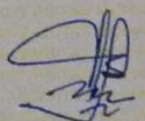
Pembimbing I : Dr. Dra. Ratih Juliati, M.Si.
Pembimbing II : Kenny Roz, S.Kom., M.M.
Penguji I : Dr. Rahmad Wijaya, S.E., M.M.
Penguji II : Rinaldy Achmad Roberth F., S.AB., M.M.

1. 
2. 
3. 
4. 

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,


Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Ketua Program Studi,


Dr. Nurul Asfiah, M.M.

SKRIPSI

PENGARUH E-SALES PROMOTION DAN E-SERVICE QUALITY
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN VIUIT DI KOTA MALANG

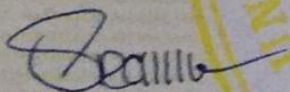
Oleh :

Annisa Salsabilatussyifa
202010160311236

Diterima dan disetujui
pada tanggal 18 Juli 2024

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Dr. Dra. Ratih Juliati, M.Si.



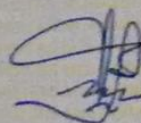
Kenny Roz, S.Kom, M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Ketua Program Studi,



Dr. Nurul Asfiah, M.M.

PENGARUH E-SALES PROMOTION DAN E-SERVICE QUALITY
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN VIUIT DI KOTA MALANG

Ratih Juliati, Kenny Roz, Annisa Salsabilatussyifa

Program Studi Manajemen, FEB UMM

E-mail: entuscipa@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *E-Sales Promotion* dan *E-Service Quality* terhadap keputusan Pembelian Viuit di Kota Malang. Sampel dalam penelitian ini berjumlah sebanyak 128 orang yang merupakan konsumen aplikasi ojek online viuit. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisioner. Teknik analisis data dalam penelitian menggunakan rentang skala dan regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *E-Sales Promotion* berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian, *E-Service Quality* tidak berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian dan *E-Sales Promotion* merupakan variable paling dominan daripada variable *E-Service Quality*.

Kata kunci : *E-Sales Promotion* ; *E-Service Quality* ; Keputusan Pembelian

*THE INFLUENCE OF E-SALES PROMOTION AND E-SERVICE QUALITY ON
VIUIT PURCHASE DECISIONS IN MALANG CITY*

Ratih Juliati, Kenny Roz, Annisa Salsabilatussyifa

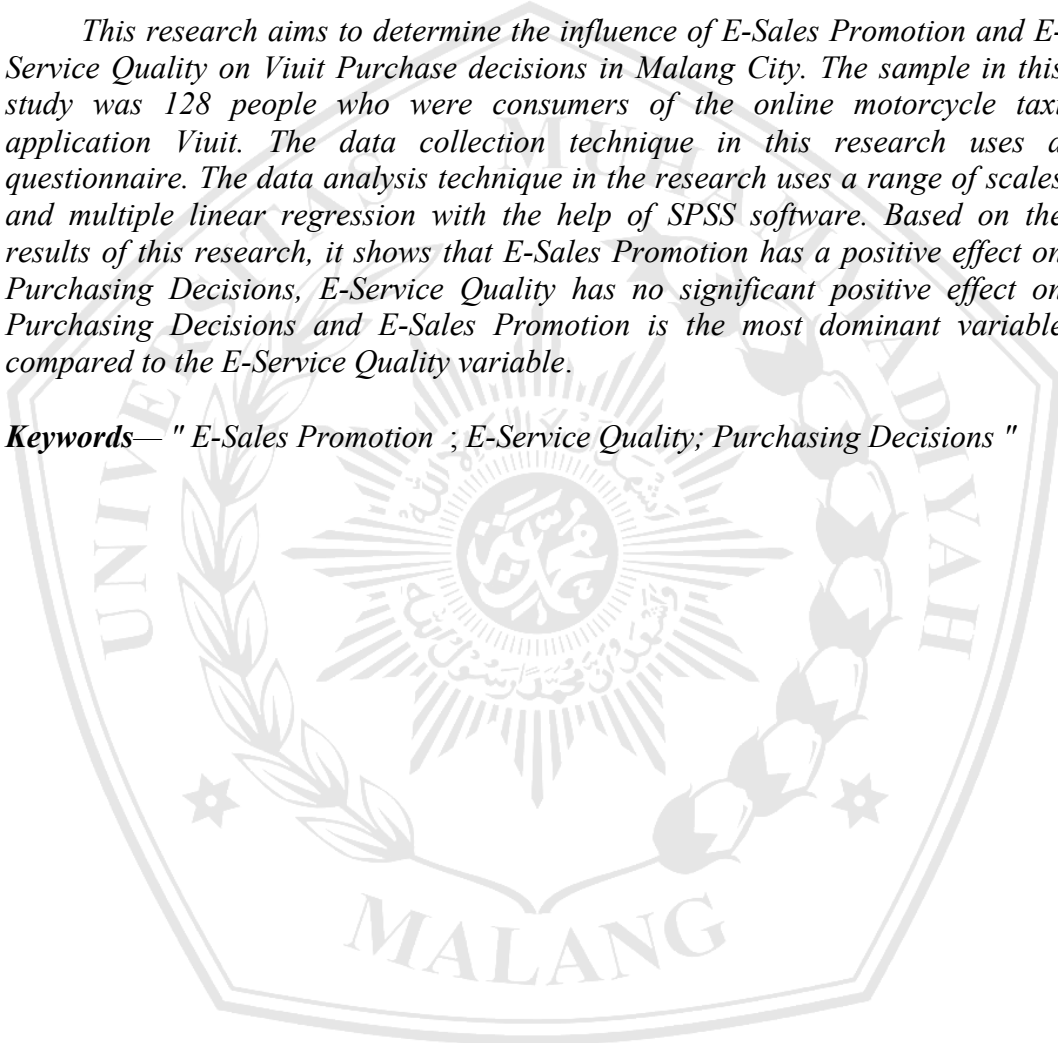
Program Studi Manajemen, FEB UMM

E-mail: entuscipa@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of E-Sales Promotion and E-Service Quality on Viuit Purchase decisions in Malang City. The sample in this study was 128 people who were consumers of the online motorcycle taxi application Viuit. The data collection technique in this research uses a questionnaire. The data analysis technique in the research uses a range of scales and multiple linear regression with the help of SPSS software. Based on the results of this research, it shows that E-Sales Promotion has a positive effect on Purchasing Decisions, E-Service Quality has no significant positive effect on Purchasing Decisions and E-Sales Promotion is the most dominant variable compared to the E-Service Quality variable.

Keywords— " *E-Sales Promotion ; E-Service Quality; Purchasing Decisions* "



KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Puji syukur yang teramat mendalam saya ucapkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Segala, atas percikan kasih, hidayah, rahmat dan taufiq-Nya, sehingga Skripsi dengan judul “**Pengaruh *E-SALES PROMOTION* dan *E-SERVICE QUALITY* terhadap keputusan Pembelian Viuit di Kota Malang**”, dapat terselesaikan sesuai dengan waktu yang direncanakan.

Selama proses penyusunan Skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya. Sebagai ucapan syukur, dalam kesempatan ini, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Nazaruddin Malik, M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang
2. Prof Dr. Idah Zuhroh, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Dr. Nurul Asfiah, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Dr. Ratih Juliati, M.Si. dan Kenny Roz, S.Kom, M.M. yang telah bersedia meluangkan waktu yang cukup panjang untuk membimbing, mengoreksi, memberikan arahan serta saran dan masukan yang sangat bermanfaat guna penyusunan skripsi ini
5. Bapak/Ibu dosen program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan ilmu pengetahuan, wawasan dan pengalamannya.

6. Kepada kedua orang tua saya Bapak Samadi dan Ibu Yuliani tercinta yang telah memberikan semangat dan mendoakan saya serta selalu memberikan dukungan baik secara moral maupun materil yang sangat bermanfaat untuk saya selama perkuliahan maupun dalam proses penyusunan skripsi berlangsung hingga akhir.
7. Kepada saudara saya M. Dedi Rudianto, Vivin Indah Susanti, dan Ine elsa putri yang telah memberikan semangat dan dukungannya.
8. Sahabat saya Widya Ayu ismuningsih, Nabila Wijayanti, Donna Bonita Haidi, Alifa az salsabilah, aghnia, Iva Nur fadilah, Aqqida izza, Imania ulwan, Venaluiz, devi kusuma, Sevilla dea, Amar pawitri, dan amalia layli yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada saya.
9. Responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian dan semua pihak yang tidak disebutkan satu persatu.
10. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri, karena telah berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Dan juga terima kasih karena sudah mampu mengendalikan mood dan emosi, yang memutuskan penulis untuk tidak pernah menyerah, seberat apapun proses penyusunan skripsi ini.

Hanya ungkapan terima kasih dan doa tulus yang dapat saya persembahkan, semoga segala yang telah mereka berikan kepada saya, tercatat dengan tinta emas dalam lembaran catatan Roqib sebagai sebuah ibadah yang tiada ternilai. Aamiin Yaa Robbal Aallamiin.

Akhirnya, dengan segala keterbatasan dan kekurangan, saya persembahkan karya tulis ini kepada siapapun yang membutuhkan, semoga bermanfaat dan

bernilai ibadah. Kritik dan saran dari semua pihak sangat saya harapkan untuk penyempurnaan karya tulis saya selanjutnya. Sekian dan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Malang, 21 Juni 2024

Annisa Salsabilatussyifa



DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
DAFTAR PUSTAKA	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	9
BAB II	10
KAJIAN PUSTAKA.....	10
2.1. Landasan Teori.....	10
2.2. Kerangka Pikir dan Perumusan Hipotesis.....	37
BAB III.....	41
METODE PENELITIAN	41
3.1 Jenis Penelitian.....	41
3.2 Lokasi Penelitian.....	41
3.3 Populasi,Sampel dan Teknik Sampling	41
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	43
3.5 Data dan Sumber Data	44
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.7 Teknik Pengukuran Data.....	45
3.8 Teknik Penskalaan Data.....	46

3.9	Pengujian Instrumen	49
3.10	Uji Hipotesis	50
BAB IV	54
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	54
4.2	Gambaran Umum Responden	54
4.3	Hasil Analisis Data	58
4.4	Hasil Analisis data	65
4.5	Hasil Uji Asumsi Klasik	67
4.6	Hasil Uji Hipotesis	69
4.7	Pembahasan.....	72
BAB V	76
PENUTUP	76
5.1	Kesimpulan	76
5.2	Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	83

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Aplikasi Ojek Online Terpopuler	6
Tabel 3. 1	44
Tabel 3. 2 Pemberian Skor Skala Likert	46
Tabel 3. 3	48
Tabel 4. 1 Identitas Responden Menurut Usia	54
Tabel 4. 2 Identitas Responden Menurut Jenis Kelamin	55
Tabel 4. 3 Identitas Responden Menurut Pendidikan Terakhir	56
Tabel 4. 4 Identitas Responden Menurut Pekerjaan	57
Tabel 4. 5 Identitas Responden Menurut Uang Saku	57
Tabel 4. 6 Hasil rentang skala variabel <i>E-Sales</i> Promotion	58
Tabel 4. 7 Hasil rentang skala variabel E-Service Quality	60
Tabel 4. 8 Hasil rentang skala variabel Keputusan Pembelian	61
Tabel 4. 9 Hasil analisis linier berganda	62
Tabel 4. 10 Hasil Koefisienn determinasi	64
Tabel 4. 11 Hasil uji validitas instrumen variabel <i>E-Sales</i> Promotion	65
Tabel 4. 12 Hasil uji validitas instrument variabel E-Service Quality	65
Tabel 4. 13 Hasil uji validitas instrument variabel keputusan pembelian	66
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	67
Tabel 4. 15 Hasil Uji Normalitas	67
Tabel 4. 16 Hasil Uji Multikolinearitas	68
Tabel 4. 17 Hasil Uji Heteroskedastisitas	69
Tabel 4. 18 Hasil Uji t	69
Tabel 4. 19 Hasil uji f	71
Tabel 4. 20 Hasil uji dominan	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Perilaku Konsumen.....	11
--	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	83
Lampiran 2	86
Lampiran 3	90
Lampiran 4	92
Lampiran 5	101



DAFTAR PUSTAKA

- Adriansyah, D., & Saputri, M. E. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening pada Pengguna Go-Food di Kota Bandung. *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry (JEMI)*, 3(3), 123–128. <https://e-resources.perpusnas.go.id:2119/id/publications/423320/pengaruh-promosi-penjualan-terhadap-kepuasan-pelanggan-melalui-keputusan-pembeli>
- Amalia, R., & Rianto, S. (2022). Promosi Penjualan, E-Service Quality, dan Citra Merek sebagai upaya Meningkatkan Pengguna Dompot Digital OVO. *Jurnal Sistem Informasi Dan Teknologi Peradaban (JSITP)*, 3(2), 61–64.
- Aprillia, A., & Fatihah, D. C. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Gojek Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Bandung. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 9(1), 242–257. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v9i1.222>
- Aptaguna, A., & Pitaloka, E. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek. *Widyakala Journal*, 3(2012), 49. <https://doi.org/10.36262/widyakala.v3i0.24>
- Argitama. (2020). Pengaruh E-Service Quality Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Gopay (Studi Pada Pengguna Aplikasi Gojek Di Kota Semarang). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53m(9), 1699. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tws.2012.02.007>
- Ariyandi, R., Dahmiri, D., & Sari, N. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi Gojek di Kota Jambi. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 8(2), 73–84. <https://doi.org/10.22437/jdm.v8i2.16869>
- Aulia, N. D., Saryadi, & Purbawati, D. (2023). Pengaruh Harga Dan E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Aplikasi Reddoorz Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 203–209. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Berliana, M., & Zulestiana, D. A. (2020). Pengaruh E-Service Quality terhadap Customer Satisfaction dan Loyalty pada Pengguna Gopay di Indonesia. *REMIK (Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer)*, 4(2), 11. <https://doi.org/10.33395/remik.v4i2.10532>
- Bryan, & Alvin, S. (2023). The Impact of BTS-GOJEK Sales Promotion on Impulsive Buying Behavior among Indonesian ARMY (BTS Fanbase). *Open Access Indonesia Journal of Social Sciences*, 6(5), 1150–1158. <https://doi.org/10.37275/oaijss.v6i5.185>
- Dewi, L. G. W. P., Putu, Y. W., Yoga, G. A. D. M., Studi Manajemen, P., Ekonomi, F., & Pariwisata, dan. (2023). Pengaruh Sales Promotion, E-Service Quality, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan, Dan Pariwisata*, 3(7), 1262–1275.
- Diantari, N. K. S., Suartina, I. W., & Oktarini, L. N. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan kenyamanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi online (Studi pada pelanggan Go-Jek di Denpasar Barat). *Jurnal*

- Manajemen, Kewirausahaan Dan Parawisata*, 1(4), 1321–1329.
- Eko Winarni. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek. *Majalah Ekonomi*, 27(2), 35–47. <https://doi.org/10.36456/majeko.vol27.no2.a6471>
- Ependi, R., & Indra Wijaksana, T. (2022). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Gojek Indonesia (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Gojek Di Kota Bandung). *Journal of Management*, 9(3), 1551–1558.
- Fadillah, A., Salsabila, Y. N., & Daryanto, A. (2019). Marketing Strategy Analysis Kopi Arabika Specialty (Studi Kasus Pada Cv Frinsa Agrolestari). *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 5(1), 1–14. <https://doi.org/10.34203/jimfe.v5i1.1324>
- Gika, N., & Dkk. (2023). Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(1), 18–28.
- Haladi, A. Y. (2015). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA TRANSPORTASI GOJEK DI KOTA SURABAYA* Athira Yasmin Haladi Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya. 1–17.
- Hariyanto, A. (2021). Pengaruh Online Promotion Dan E-Service Quality Terhadap Post Purchase Behaviour Pada Platform Layanan Pesan Antar Makanan Go-Food: Efek Mediasi Perceived Value. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 8, 1–11.
- Hibatullah, A. F. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Fanny. *Performa*, 5(2), 131–140. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i2.1734>
- Hidayat, F. R., & Sunaryo. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pengguna Aplikasi Go-Jek di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 7(1), 1–9.
- Irdhayanti, E., & Firayanti, Y. (2019). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Gojek Di Kabupaten Kubu Raya. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Kontemporer*, 5(1), 1–21.
- Juhria, A., Meinitasari, N., Fauzi, F. I., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh e-service quality terhadap kepuasan pelanggan di aplikasi e-commerce shopee. *Jurnal Manajemen*, 13(1), 55–62.
- Kualitas, P., Dan, L., Terhadap, H., Pada, P., Studi, G., & Kecamatan, W. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1), 70–83. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v12i1.867>
- Latief, F. L., Firman, A., & Dirwan, D. (2023). Keputusan Pengguna Gopay dari Aspek E-Service Quality, Promosi dan Harga. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 391–400. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i1.3060>
- Lawu, S. H., Sitorus, R. M., & Andriani, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Grab Bike (Studi Kasus Wilayah Jakarta Barat). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(2), 126–129. <https://doi.org/10.31294/jab.v1i2.931>
- Mahendri, W. M. (2021). 2085-Article Text-6011-1-10-20211122. *Jurnal*

- Ekonomi Dan Perkembangan Bisnis*, 5(2), 11–17.
- Muniarty, P., Wulandari, W., & Saputri, D. (2022). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Customer Satisfaction Pada Marketplace Shopee. *Equilibrium : Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 11(2), 1. <https://doi.org/10.35906/equili.v11i2.1097>
- Nurhikma, T., Fauzi, A., Putri, S. C. T., Asmarani, D., Damayanti, V., & Thalitha, R. F. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Layanan Transportasi Online (Go-Jek): Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(6), 646–656.
- Oktarini, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Aplikasi Gojek Di Kota Tangerang. *Jurnal Sekretari Universitas Pamulang*, 6(2), 248. <https://doi.org/10.32493/skr.v6i2.5541>
- Perdanakusuma, H., & Timur, J. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA MODA TRANSPORTASI OJEK ONLINE (Studi Kasus pada Gojek/Go Ride di Kelurahan Halim Perdanakusuma, Jakarta Timur). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 11(2), 117–124. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v11i2.693>
- Richadinata, K. R. P., Astitiani, N. L. P. S., & Saputra, I. G. N. M. Y. S. Y. (2022). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Aplikasi Grabfood Selama Covid-19. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(4), 845. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2022.v11.i04.p11>
- Rifaldi, R., Kadunci, K., & Sulistyowati, S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Online Gojek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Mahasiswa/I Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta. *EPIGRAM (e-Journal)*, 13(2), 121–128. <https://doi.org/10.32722/epi.v13i2.819>
- Rini, Y. P., & Anasrulloh, M. (2022). Pengaruh Impulse Buying Dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Merek Pond'S Di Golden Swalayan Tulungagung. *Jurnal Economina*, 1(2), 120–129. <https://doi.org/10.55681/economina.v1i2.48>
- Santosa, D. G. W., & Mashyuni, I. A. (2021). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Grab di Kota Denpasar. *Widya Amrita*, 1(1), 290–302. <https://doi.org/10.32795/widyaamrita.v1i1.1176>
- Setiawan, F., Dewi, S. W. K., & Musafa. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek Di Kota Bandung. *Jurnal Sains Manajemen*, 4(1), 57–64. <https://doi.org/10.51977/jsm.v4i1.695>
- Suwikromo, R. M., Soegoto, A. S., & Ogi, I. W. . (2022). Analisis Kualitas Produk Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Pt. Air Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 410. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.42278>
- Tsalisa, R. A., Hadi, S. P., & Purbawati, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Maxim di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 822–829. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.35970>
- Victoria Putra, R., Machasin, & Nas, S. (2021). Pengaruh Sales Promotion,

Personal Selling dan Advertising terhadap Keputusan Pembelian Produk Buku Terbitan CV. As Salam di Kota Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi KIAM*, 32(1), 57–65. [https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32\(1\).7408](https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32(1).7408)

Widyastuti, W. (2021). Pengaruh E-Service Quality dan Sales Promotion terhadap Keputusan Menggunakan Fitur Go-Food (Studi pada Pengguna Gojek di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(2), 1272–1278.



PENGARUH E-SALES PROMOTION DAN E-SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN VIUIT DI KOTA MALANG

ORIGINALITY REPORT



PRIMARY SOURCES

1	Submitted to University of Muhammadiyah Malang Student Paper	7%
2	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	2%

Exclude quotes On
Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%

