

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hasil dari pengaruh Promosi dan *E-Service Quality* terhadap keputusan pembelian kosmetik maybelline di shopee, dalam penelitian ini terdapat fenomena bahwa harga yang dijual oleh Maybelline di shopee lebih murah dibandingkan yang dijual di *offline store*, hal ini membuat konsumen lebih memilih untuk membeli produk Maybelline di shopee. Pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif dengan menggunakan metode kuantitatif.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* yaitu *purposive sampling* dalam penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif serta menggunakan metode uji t.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa penilaian responden yang merupakan 100 orang yang pernah menggunakan *e-commerce* Shopee untuk melakukan pembelian kosmetik Maybelline terhadap tanggapan-tanggapan mengenai Promosi, *E-Service Quality* dan keputusan pembelian, dapat dikategorikan berada pada kriteria baik.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai "Pengaruh Promosi dan *E-Service Quality* terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline di Shopee", maka diperoleh kesimpulan, Promosi penjualan pada *official store* Maybelline di Shopee berada pada kategori baik, *E-Service Quality* pada *official store* Maybelline di shopee berada pada kategori baik, Keputusan Pembelian konsumen pada *official store* Maybelline di shopee berada pada kategori baik, Promosi dan *E-Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian kosmetik di shopee secara simultan. Dari kesimpulan diatas maka terdapat saran sebagai berikut, perlunya penjualan Maybelline di Shopee, memberikan potongan harga dan paket harga yang menarik, sehingga menimbulkan minat dari para konsumen untuk melakukan pembelian, pihak Maybelline di Shopee perlu selalu mengupdate produk-produk terbarunya, agar dapat diketahui oleh para konsumen dan menimbulkan ketertarikan untuk membeli, khususnya pada para pengguna aplikasi Shopee, sebaiknya pihak Maybelline melakukan pemilihan lebih ketat sebelum gambar *diupload* oleh penjual, agar konsumen tidak merasa kecewa terhadap produk yang dibeli menggunakan *mobile* aplikasi Shopee

Kata kunci: *E service quality*, Pemasaran, Promosi