

ABSTRAK

Di awal tahun 2020 dunia dilanda oleh virus Covid-19, penyebaran virus ini berdampak besar terhadap seluruh sektor di seluruh dunia termasuk sektor ekonomi pun turut terkena dampaknya. Fenomena yang terjadi ini membuat masyarakat mengubah gaya hidupnya. Hal tersebut karena adanya pembatasan aktivitas dari pemerintah yang bertujuan untuk menghentikan penyebaran virus tersebut, sehingga akhirnya masyarakat hanya dapat melakukan pembelian barang melalui *online*. Hal tersebut menjadi keuntungan bagi jasa kurir barang seperti JNE. Tetapi di tengah melonjaknya pengiriman barang, JNE justru mengalami keluhan yang cukup tinggi. Selain itu saat ini perusahaan jasa pengiriman sangat beragam. Maka dari itu diperlukan daya saing lebih untuk JNE, salah satunya dengan memperbanyak promosi dan meningkatkan kualitas pelayanan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa pengiriman JNE. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda. Teknik pengambilan data dengan menyebarkan kuesioner sebanyak 385 responden dengan sampel pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan jasa layanan JNE saat melakukan pembelian barang di *e-commerce*. Teknik sampling yang digunakan *purposive sampling*. Setelah melakukan penelitian dengan metode yang telah disebutkan, didapatkan hasil bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, begitu pula dengan kualitas pelayanan yang berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.