

ABSTRAK

Pada tahun 2019 dunia di gemparkan dengan virus COVID-19, virus tersebut membuat semua sektor usaha terganggu karena menyebabkan *pandemic*, Dengan adanya fenomena tersebut membuat seluruh dunia terpaksa mengubah gaya hidupnya yang dulunya berbelanja secara langsung di toko sekarang berpindah ke toko *online* atau *e-commerce*. Berbanding terbalik dengan toko yang sudah berbasis *online* atau *e-commerce* yang malah kian merokat, dengan adanya pandemi memunculkan kebiasaan baru orang menjadi terbiasa dengan berbelanja *online* pada tahun 2020 konsumen belanja *online* di Indonesia hanya tujuh belas juta orang sedangkan pada tahun 2021 mencapai tiga puluh juta orang jumlahnya meroket. Hal tersebut menjadi keuntungan bagi jasa kurir barang seperti J&T Express. Tetapi di tengah melonjak nya pengiriman barang, Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan jasa layanan yaitu promosi dan kualitas pelayanan. Penelitian ini memiliki tujuan untuk melihat besarnya pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa layanan J&T Express.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda. Teknik pengambilan data dengan menyebarkan kuesioner sebanyak 390 responden dengan sampel pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan jasa layanan J&T Express. 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.

Kata Kunci :Jasa Pengiriman, J&T Express, Promosi, Kualitas Pelayanan, Keputusan Konsumen.