

ABSTRAK
PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN PROMO GRATIS ONGKOS KIRIM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA *E-COMMERCE* SHOPEE DAERAH CIBIRU

Dalam menghadapi Revolusi Industri di sektor ekonomi, pemerintah Indonesia telah merumuskan visi besar untuk mendorong pertumbuhan bisnis digital sebagai salah satu pilar ekonomi yang kuat. Transformasi teknologi digital telah mengubah secara signifikan perilaku konsumen, di mana belanja online menjadi pilihan yang semakin populer. Salah satu platform *E-commerce* yang mengalami pertumbuhan pesat di Indonesia adalah Shopee. Dengan fitur-fitur inovatif seperti aplikasi mobile, promo gratis ongkir, dan kualitas layanan yang andal, Shopee telah menjadi platform utama bagi konsumen di Indonesia, termasuk di daerah Cibiru. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *E-service quality* dan Promo Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembelian pada pengguna Shopee di daerah Cibiru. Untuk menjawab pertanyaan di atas, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif asosiatif melalui pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode Non Probability Sampling. Data penelitian diperoleh dengan membagikan kuesioner penelitian tentang *E-service quality*, Promo Gratis Ongkir, dan Keputusan Pembelian kepada 100 responden. Analisa data dilakukan secara kuantitatif menggunakan program SPSS versi 26. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji korelasi, uji regresi berganda, uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *E-service quality* terhadap Keputusan Pembelian, dengan nilai t-hitung sebesar 2,665 dan t-tabel sebesar 1,984 serta nilai signifikansi sebesar 0,009 yang lebih kecil dari 0,05. (2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Promo Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai t-hitung sebesar 3,542 dan t-tabel sebesar 1,984 serta nilai signifikansi kurang dari 0,001. (3) Secara simultan, *E-service quality* dan Promo Gratis Ongkir berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai F-hitung sebesar 44,007 yang lebih besar dari F-tabel sebesar 3,090 serta nilai signifikansi kurang dari 0,001. Nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,476 menunjukkan bahwa 47,6% variasi dalam Keputusan Pembelian dijelaskan oleh kedua variabel ini.

Kata kunci: *Visual E-service quality*, Promo Gratis Ongkos Kirim, Keputusan Pembelian.