

## **ABSTRACT**

*This research was conducted to determine the effect of online promotion and service quality on purchasing decisions of PT. Mandala Multifinance, tbk Cab Surabaya. By using a population of 283 customers of PT. Mandala Multifinance, tbk Cab Surabaya in November and December in 2019 and a sample of 80 people using purposive sampling. This research was analyzed with multiple regression, t test and F test. The results obtained from the t test  $0.000 < 0.05$  for the Online Promotion variable and  $0.048 < 0.05$  for Service Quality, and the F test results sign value  $0.000 < 0.05$ . It was concluded that Online Promotion and Service Quality had a positive and significant effect on purchasing decisions for credit services at PT. Mandala Multifinance*

*Keywords:* *Online Promotion, Service Quality, Purchase Decision*

## **ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh promosi online dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada nasabah PT. Mandala Multifinance, tbk Cab Surabaya. Dengan menggunakan populasi sebanyak 283 nasabah PT. Mandala Multifinance, tbk Cab Surabaya pada bulan November dan Desember pada tahun 2019 dan sampel 80 orang dengan menggunakan sampel purposive sampling Penelitian ini dianalisis regresi linier berganda, uji t serta uji F. Didapatkan hasil dari uji t  $0,000 < 0,05$  untuk variable Promosi Online dan  $0,048 < 0,05$  untuk Kualitas Pelayanan, serta hasil Uji F nilai sign  $0,000 < 0,05$ . Disimpulkan bahwa Promosi Online dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa kredit pada PT. Mandala Multifinance

Kata kunci : Promosi Online, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian