

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi *online voucher* shopeefood terhadap keputusan pembelian (Studi Kuantitatif Asosiatif Pada Mahasiswa S1 di Desa Kayuambon Lembang Kabupaten Bandung Barat Yang Melakukan Isolasi Mandiri Akibat Covid-19). Tujuan Penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana promosi online voucher shopeefood pada mahasiswa yang sedang ataupun pernah melaksanakan isolasi mandiri akibat covid-19, bagaimana keputusan pembelian pada mahasiswa yang sedang ataupun pernah melaksanakan isolasi mandiri akibat covid-19 serta mengetahui seberapa besar pengaruh promosi online voucher shopeefood terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa yang sedang ataupun pernah melaksanakan isolasi mandiri akibat covid-19.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pengambilan sampel dengan menggunakan rumus *Chocran* dikarenakan jumlah populasi tidak dapat diketahui secara pasti. Jumlah responden sebanyak 100 dan teknik analisis data yang digunakan yaitu uji normalitas, uji linearitas, uji regresi linear sederhana dan uji hipotesis.

Berdasarkan pengujian hipotesis, Promosi online voucher shopeefood berpengaruh terhadap keputusan pembelian oleh mahasiswa S1 di Desa kayuambon Lembang Kab. Bandung Barat yang melakukan isolasi mandiri akibat covid-19. Hal ini dapat dibuktikan dengan uji hipotesis parsial (Uji t), Hasil yang didapatkan yaitu 15,967 (t hitung) lebih besar dari 1,984(t tabel). Serta nilai koefisien determinasi sebesar 0,722. Artinya pengaruh promosi online voucher shopeefood terhadap keputusan pembelian sebesar 72,2% dan 27,8% nya dipengaruhi oleh variabel lain.

Kesimpulan dari penelitian ini, bahwa Promosi Online Voucher Shopeefood terhadap keputusan pembelian termasuk dalam kategori sangat baik namun sebaiknya perbanyak lagi promosi online voucher shopeefood, Karena hal tersebut akan sangat membantu konsumen yang terinfeksi Covid-19 yang tidak dapat keluar rumah. Serta hal tersebut dapat membantu pemerintah dalam mengurangi, memutus atau bahkan menuntaskan penyebaran virus tersebut.

Kata Kunci : Promosi Online, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Research aims to understand the promotion of the purchase decision online voucher shopeefood (associative on the quantitative study of undergraduate students in the village kayuambon lembang bandung regency west do independent covid-19). due to isolationThe purpose of this research is to see how promotion online voucher shopeefood on university student who is or ever carry out independent covid-19, due to isolation how the purchase in university student who is or ever carry out independent covid-19 due to isolation and he knows how big the influence of online promotion voucher shopeefood purchase of the decision on university student who is or ever carry out independent covid-19 due to isolation

This study using quantitative methods with the kind of research associative.The sample using formula chocran due to a population can be seen exactly.The number of respondents as many as 100 and techniques used the test data analysis, normality the linearity, the simple linear regression and the hypothesis

Based on testing, hypothesis online promotion vouchers shopeefood influential members using a decision on the purchase by s1 students in the village kayuambon lembang kabupaten.West bandung who conducts independent covid-19. due to isolationIt can be evidenced by test a hypothesis partial (t), test the result namely 15,967 (t count) bigger than 1,984 (t table).As well as the value of the coefficient of 0,722. determinationThat means the influence of online promotion vouchers shopeefood purchase of the decision as much as 72,2 % and 27,8 his % influenced by other variables

Conclusion of research is, online that promoting voucher shopeefood terhahadap purchase decision included in a category should very well although he suggested voucher shopeefood online promotion, and because it be helpful those who infected covid-19 that cannot be outside.And this can help the government in reducing, break or even solve the virus

Keywords : *Online promotion, purchase decision*