

## ABSTRAK

**Chintya Ayu Wardhani, 1820310106. Pengaruh Promosi, Tagline Gratis Ongkir, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa Progam Studi Manajemen Bisnis Syariah IAIN Kudus**

Pada penelitian akhir ini mengambil judul pengaruh promosi, *tagline* gratis ongkir dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian melalui *e-commerce* Shopee pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syari'ah IAIN Kudus. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, dengan pendekatan lapangan (*field research*). Dengan populasi yang diambil dari jumlah mahasiswa program studi manajemen bisnis syariah angkatan tahun 2018-2021. Dengan menyebarkan kuesioner sebagai dasar data primer untuk diuji secara validitas dan reliabilitasnya, dan Uji Prasyarat dengan uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedasitas. Dan Uji hipotesis dengan analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi ( $R^2$ ), uji F dan uji T. Menunjukkan hasil pada penelitian ini adalah variabel promosi, tagline gratis ongkir memiliki pengaruh yang positif secara parsial, tetapi pada variabel kualitas pelayanan tidak menunjukkan pengaruh. Dan secara simultan semua variabel memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya yaitu keputusan pembelian.

Kata kunci: Promosi, *Tagline* Gratis Ongkir, Kualitas Pelayanan, dan keputusan pembelian.