

ABSTRAK

Perkembangan bisnis menuntut perusahaan untuk memiliki keunggulan kompetitif agar dapat bersaing dengan para kompetitornya. Dewasa ini konsumen lebih selektif dalam melakukan pembelian sebagai pemenuhan atas kebutuhan dan keinginannya. Maka daripada itu penting bagi perusahaan untuk menerapkan strategi pemasaran yang berorientasi pada keunggulan kompetitif agar dapat menarik pasar potensial serta memenuhi kebutuhan konsumen atas produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi dan pelayanan terhadap keputusan pembelian di Indomaret. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian eksplanatori kuantitatif. Data yang diolah adalah hasil dari penyebaran kuesioner melalui *google form* kepada konsumen Toko Indomaret. Teknik Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil analisa data bahwa variabel promosi (X1) dan pelayanan (X2) secara parsial dan simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian di Indomaret.

Kata kunci: *keputusan pembelian, pelayanan, promosi*