**ABSTRAK**

**Havilah** / **28150493** / **2019** / Pengaruh Persepsi Kualitas Sistem dan Promosi Penjualan terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Go-pay berbasis *QR Code* di Jakarta/ Pembimbing: Dr. Bilson Simamora, M.M.

Perkembangan teknologi saat ini dibutuhkan inovasi-inovasi baru agar semua kegiatan menjadi semakin efisien, cepat, aman. GO-PAY merupakan metode pembayaran *Mobile Payment* yang disediakan oleh perusahaan GO-JEK yang bertujuan untuk mempermudah transaksi pembayaran secara digital pada aplikasi Go-Jek. Go-Pay juga meliris fitur pembayaran menggunakan *Quick Response Code* (*QR Code*). Dengan *QR Code*, pengguna Go-Pay dapat membayar hanya dengan memindai *QR Code* yang dimiliki *merchant*. Berdasarkan penelusuran di Internet terdapat dua hal penting yang mendorong niat seseorang untuk menggunakan *QR Code* pada aplikasi Go-Pay yaituKualitas Sistem dan Promosi perusahaan tersebut*.*

Teori yang mendasari penelitian ini adalah teori kualitas sistem, promosi penjualan dan kepuasan pengguna. Variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas sistem dan promosi penjuala, sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan pengguna.

Objek penelitian ini adalah Gopay berbasis *QR code* di Jakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik dan analisis regresi berganda. Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuisioner kepada 124 sampel pengguna yang pernah menggunakan aplikasi Gopay *QR Code* untuk melakukan transaksi pembayaran. Penarikan sampel dilakukan dengan cara *non probability sampling* dengan teknik *judgement sampling*.

Kualitas sistem dan Promosi penjualan masing-masing mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Penelitian menunjukkan bahwa responden menilai kualitas sistem dan promosi penjualan sudah baik, dan kepuasan pengguna puas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas sistem dan promosi penjualan terbukti berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pengguna Gopay berbasis *QR Code* di Jakarta.

Kesimpulannya, persepsi kualitas sistem Go-pay dalam kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah pengguna menggunakan aplikasi maka akan menarik minat pengguna untuk tetap menggunakan layanan Go-pay yang berbasis *QR Code*. Dan promosi penjualan berpengaruh positif terhadap Kepuasan pengguna aplikasi Gopay berbasis *QR Code* atau dengan kata lain promosi penjualan berperan penting dalam mempengaruhi kepuasan pengguna terhadap c*ashback* dari Go-pay *QR Code*.

Kata Kunci: Persepsi Kualitas Sistem, Promosi Penjualan, Kepuasan Pengguna