

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen GOJEK di Surabaya melalui penyebaran kuesioner.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dimana penelitian ini bersifat deskriptif dan menitik beratkan pada pengukuran analisis hubungan sebab dan akibat setiap variabel. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer yang merupakan konsumen Gojek pada mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya. Metode *sampling* yang digunakan yaitu *purposive sampling* dimana sampel yang diambil berdasarkan pertimbangan dan kriteria tertentu. Populasi yang digunakan merupakan pelanggan Gojek dengan kriteria sampel berdasarkan program studi, usia dan penggunaan Gojek selama seminggu. Jenis populasi yang akan diteliti adalah populasi *infinite* karena peneliti tidak mengetahui jumlah pasti pelanggan yang pernah menggunakan alat transportasi Gojek. Metode penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS Versi 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dan Kualitas Layanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan Pembelian

Kata Kunci : Harga, Promosi, Kualitas Layanan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This research aimed to examine the effect of price, promotion, and service quality on the customers' purchasing decisions of GOJEK in Surabaya through questionnaire distribution.

The research was descriptive-quantitative. It focused on measuring the cause-and-effect relationships for each variable. Moreover, the data were primary. The data collection sampling used purposive sampling i.e., a sample collection with determined criteria of the study program, age, and frequency of Gojek for a week. Furthermore, the population was customers of Gojek in STIESIA Surabaya. As the researcher did not know the number of customers who ever used Gojek, the population was infinite. . Additionally, the data analysis technique used multiple linear regression with SPSS 26 version.

The result showed that price had a positive and significant effect on purchasing decisions. Likewise, the promotion had a positive and significant effect on purchasing decisions. Similarly, service quality had a positive and insignificant effect on purchasing decisions.

Keywords: price, promotion, service quality, purchasing decisions