

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mengestimasi pengaruh promosi, kualitas pelayanan dan harga terhadap Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Grab Sebagai Transportasi Online Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2016 Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan konsumen. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen. Selanjutnya, secara simultan Promosi, Kualitas Pelayanan Harga bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Konsumen.

Kata Kunci: Keputusan konsumen, Promosi, Kualitas Pelayanan dan Harga

ABSTRACT

This study aims to determine and estimate the influence of promotion, service quality, and price on consumer decision in choosing Grab as online transportation case study of economics and business faculty student, university putra indonesia yptk Padang.

The result of study partially promotion has an effect on positive and significant to consumer decision. Service quality has an effect on positive and significant to consumer decision. Price has an effect on positive and significant to consumer decision. Simultaneously promotion, service quality and price together have an effect on positive and significant to consumer decision.

Keywords: Consumer Decision, Promotion, Service Quality and Price