

ABSTRACT

This research aims to know the influence of the price, service quality and promotion toward the purchased decision of product Go-Jek. The object of this study conducted at manajemen student of University Mercu buana, Menteng the Fakulty Of Economic and Bussines. There were 269 respondents who have been sampled using sampling techniques such as Accidental sampling. The data collection method is to use a questionnaire.

The results showed that partially and simultaneously the variable service quality and promotion toward the purchased decision of product Go-Jek manajemen student of University Mercu buana, Menteng the fakulty of economic and bussines. This is evidenced from the results of simultaneous test (F test) and the results of the partial test (t test) also showed significant values of three independent variables which support the hypothesis. Therefore the test results of this study suggest that there partial and simultaneously influence price, service quality and promotion toward the purchased decision of product Go-Jek. The object of this study conducted at manajemen student of University Mercu buana, Menteng the Fakulty Of Economic and Bussines

Keywords: price, service quality, promotion, university mercu buana.

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Go-Jek. Objek penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Universitas Mercu Buana, Menteng Fakultas Ekonomi dan Bisnis program studi Manajemen. Terdapat 269 responden yang telah dipilih sebagai sampel dengan menggunakan teknik pengambilan sampel berupa *Accidental sampling* dan metode pengambilan data adalah dengan menggunakan kuesioner.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan variabel harga, kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk Go-Jek di Universitas Mercu Buana, Menteng Fakultas Ekonomi dan Bisnis program studi Manajemen. Hal ini dibuktikan dari hasil uji simultan (uji F) dan hasil uji parsial (uji t) juga menunjukkan nilai signifikan dari tiga variabel bebas yang mendukung hipotesa. Oleh karena itu hasil uji dari penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara parsial dan simultan antara variabel harga, kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian produk jasa Go-Jek di Universitas Mercu Buana, Menteng Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen.

Kata kunci : harga, kualitas pelayanan, promosi, universitas mercu buana.