

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kemudahan, promosi dan harga kepada keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan di Jakarta Barat. Populasi dalam penelitian ini adalah 100 responden, sampel yang dipergunakan adalah 96 responden yang sudah menggunakan aplikasi Grab food. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrument penelitian adalah kuesioner. Metode analisis data dilakukan dengan analisis Partial Least Square (PLS-SEM). Hasil penelitian ini menunjukkan Pengaruh kemudahan berpengaruh positif dan signifikan kepada keputusan pembelian. Promosi berpengaruh positif dan signifikan kepada keputusan pembelian. Harga berpengaruh positif dan signifikan kepada keputusan pembelian.

Kata kunci: Kemudahan, Promosi, Harga, Keputusan Pembelian



ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of convenience, promotion and price on purchasing decisions. This research was conducted in West Jakarta. The population in this study was 100 respondents, the sample used was 96 respondents who had used the Grab food application. The data collection method uses a survey method, with the research instrument being a questionnaire. The data analysis method was carried out by Partial Least Square analysis (PLS-SEM). The results of this study indicate that the effect of convenience has a positive and significant effect on purchasing decisions. Promotion has a positive and significant effect on purchasing decisions. Price has a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Convenience, Promotion, Price, Purchase Decision

