

ABSTRAK

Kemajuan teknologi informasi telah memberikan kemudahan hidup manusia secara nyata, diantaranya dengan adanya kemudahan bertransportasi. Maraknya transportasi berbasis *online* dapat membantu kebutuhan sehari-hari sebagai alternatif pilihan selain menggunakan kendaraan pribadi. Hadirnya Grab membantu masyarakat dalam kebutuhan bertransportasi. Hanya dengan mengunduh aplikasi Grab di *Smartphone*. Penelitian ini menggunakan analisis kausal untuk mengetahui pengaruh antara *E-Service quality* (X1), *Word of Mouth* (X2), Promosi Penjualan(X3) dengan Keputusan Penggunaan (Y). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang merupakan pelanggan Grab yang jumlahnya masih belum dapat diketahui karena selalu berubah-ubah. Dalam penelitian ini pengolahan data dilakukan menggunakan pendekatan *Partial Least Square* (PLS). Hasil dari penelitian ini adalah *E-Service quality*, *word of mouth* memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan layanan Grab. Sedangkan Promosi penjualan tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan layanan Grab.

Kata kunci: *E-Service Quality, Word of Mouth, Promosi Penjualan, Keputusan Penggunaan*



ABSTRACT

Advances in information technology have made real human life easier, including the ease of transportation. The rise of online-based transportation can help with daily needs as an alternative to using private vehicles. The presence of Grab helps the community in their transportation needs. Just by downloading the Grab application on your Smartphone. This study uses causal analysis to determine the effect of e-service quality (X1), Word of Mouth (X2), Promotion selling (X3) and Purchase Decision (Y). The population in this study are people who are Grab customers whose numbers are still unknown because they are always changing. In this study, data processing was carried out using the Partial Least Square (PLS) approach. The results of this research are E-Service quality, word of mouth has a positive influence on the decision to use the Grab service. Meanwhile, sales promotions have no influence on the decision to use Grab services

Keywords: *E-Service Quality, Word of Mouth, Promotion selling, Purchase Decision*

