

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan, Promosi, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian menggunakan aplikasi Grab fitur Grab Food. Subjek pada penelitian ini adalah konsumen yang sudah melakukan pembelian menggunakan layanan pesan-antar makanan online yaitu Grab Food minimal 1 kali. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 155 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling*. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling (SEM)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Promosi, Citra Merek, Keputusan Pembelian, Grab Food

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Service Quality, Promotion, and Brand Image on Purchase Decisions using the Grab application, the Grab Food feature. The subjects in this study were consumers who had made a purchase using an online food delivery service, namely Grab Food, at least once. The sample used in this study was 155 respondents. The sampling technique uses purposive sampling. By using a quantitative approach. The data analysis method used is Structural Equation Modeling (SEM). The results showed that Service Quality had a positive and significant effect on Purchasing Decisions, Promotion had a positive and significant effect on Purchase Decisions, Brand Image had a positive and significant effect on Purchase Decisions.

Keywords: Service Quality, Promotion, Brand Image, Purchase Decision, Grab Food

