

ANALYSIS OF PURCHASING DECISION ON GOJEK APPLICATION USERS OF GOFOOD FEATURES

By

Dival Larkhin Destamar

Abstract

This research is a quantitative research which aims to analyze and determine the effect of promotion, price, and service quality on purchasing decisions. The population used in this study are people who use the GoFood feature of the Gojek application and live in the South Jakarta area. The number of samples to be taken in this study were 75 respondents, for the sampling method in this study using non-probability sampling method and using purposive sampling technique. To collect the research data, will be through distribution using an online questionnaire in the form of google form. In analyzing research data, it was carried out using the inferential analysis method through PLS (Partial Least Square) with the SmartPLS version 3 software. The results obtained from the research that have been done are that (1) promotion has a positive and significant effect on purchasing decisions, (2) price has a positive and significant effect on purchasing decisions, (3) service quality has no and insignificant effect on purchasing decisions.

Keywords: Promotion, Price, Service Quality, and Purchasing Decision

ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA APLIKASI GOJEK FITUR GOFOOD

Oleh

Dival Larkhin Destamar

Abstrak

Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian kuantitatif yang tujuannya untuk melakukan analisis dan mengetahui pengaruh promosi, harga, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat yang menggunakan aplikasi Gojek fitur GoFood dan tinggal di wilayah Jakarta Selatan. Jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini sebanyak 75 responden, untuk metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* dan menggunakan teknik *purposive sampling*. Untuk melakukan pengumpulan data penelitian ini, akan melalui penyebaran menggunakan kuesioner *online* berbentuk *google form*. Dalam melakukan analisis data penelitian, dilakukan dengan menggunakan metode analisis inferensial melalui PLS (*Partial Least Square*) dengan software SmartPLS versi 3. Didapatkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan yaitu, bahwa (1) promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (3) kualitas layanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Promosi, Harga, Kualitas Layanan, dan Keputusan Pembelian