

***Effects of Service Quality, Price, and Promotion on Grabcar Online Transportation Decisions***

***By***

**Teuku Ilyas Rinaldi**

**Abstract**

*In the era of globalization as it is today, in Indonesia. Public transportation companies in the global economy are increasingly advancing rapidly encouraging companies to improve consumer use decisions so they continue to be interested in the services offered. Then arose various transportation service companies to increase company sales by taking into account technological factors that could increase profits doubled in the future for example Grabcar. So this research was made to find out whether the decision to use Grabcar online transportation is influenced by the decision to use, price, and promotion. This research is a quantitative study and the population is the people who have used Grabcar services. Samples taken were 75 respondents using probability sampling and purposive sampling methods. Data collection using a questionnaire distributed to the respondents. The analysis technique used is Partial Least Square (PLS) with SmartPLS 3.0 software. The results obtained from this study explain that the quality of service significantly influences the decision to use Grabcar online transportation, while the price and promotion does not significantly influence the decision to use Grabcar online transportation.*

***Keyword:*** *Service Quality, Price, Promotion, Decision Of Use*

# **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Transportasi Online Grabcar**

**Oleh**

**Teuku Ilyas Rinaldi**

## **Abstrak**

Pada era globalisasi seperti saat ini, di Indonesia. Perusahaan transportasi umum di global ini semakin maju pesat mendorong perusahaan dalam meningkatkan keputusan penggunaan konsumen agar terus tertarik dengan layanan yang ditawarkan. Maka timbulah berbagai perusahaan layanan transportasi untuk meningkatkan penjualan perusahaan dengan memperhatikan faktor-faktor teknologi yang dapat meningkatkan keuntungan yang berlipat di masa yang akan datang contohnya Grabcar. Maka dibuatlah penelitian ini untuk mengetahui apakah keputusan penggunaan transportasi online Grabcar dipengaruhi oleh keputusan penggunaan, harga, dan promosi. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan populasinya adalah masyarakat yang pernah menggunakan layanan Grabcar. Sampel yang diambil sebanyak 75 responden dengan menggunakan sampel *probability sampling* dan metode sampel *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebar kepada para responden. Teknik analisis yang digunakan adalah *Partial Least Square (PLS)* dengan *software SmartPLS 3.0*. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan transportasi online Grabcar, sedangkan harga dan promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan transportasi online Grabcar

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, Keputusan Penggunaan