

ABSTRAK

Perusahaan tetap dapat bersaing di pasaran jika dalam mengeluarkan produk disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, kemudian mengkomunikasikan keunggulan produk kepada konsumen. Seorang konsumen dalam mengambil keputusan pembelian suatu produk dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya karena harga, pelayanan dan promosi yang dilakukan oleh perusahaan. Mengacu dari kenyataan tersebut peneliti tertarik melakukan penelitian tentang pengaruh harga, kualitas pelayanan dan promosi secara simultan dan parsial terhadap keputusan konsumen dalam memilih Grab di kota Surabaya serta mengetahui variabel dominan yang membuat konsumen tertarik dalam menggunakan Grab di kota Surabaya. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berada kota Surabaya. Sampel pada penelitian ini diambil dengan teknik *accidental sampling*, yang berjumlah 100 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, dan analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda dengan bantuan software SPSS 16. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan harga, pelayanan dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Grab di kota Surabaya. Kemampuan harga, pelayanan dan promosi menjelaskan keputusan pada Grab di kota Surabaya dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi sebesar 81,6%. Sedangkan hasil uji dominan menunjukkan bahwa variabel pelayanan adalah variabel yang paling dominan membentuk keputusan pembelian Grab di kota Surabaya karena nilai koefisien determinasi secara parsial paling tinggi ditunjukkan oleh variabel pelayanan.

Kata Kunci : Keputusan Konsumen, Harga, Pelayanan dan Promosi.

ABSTRACT

Companies can compete in the market if in issuing products tailored to the needs and desires of consumers, furthermore, communicating product excellence to consumers. A consumer in making a purchase decision for a product can be influenced by several factors, including the price, service and promotion by the company. Referring to this fact, researchers are interested in conducting research on the effect of price, service quality and promotion simultaneously and partially on consumer decisions in choosing Grab in Surabaya and knowing the dominant variables that make consumers interest to use Grab in Surabaya. The population in this study is the people in Surabaya. The sample in this study was taken by accidental sampling technique, which amounted 100 respondents. The data analysis method used is descriptive analysis, and the data analysis used is multiple linear regression analysis with the help of SPSS 16 software. In conclusion, the results showed that partially and simulably the price, service and promotion had a positive and significant effect on the purchase decision of Grab in the city of Surabaya. Price, service and promotion capabilities are explain the decision on Grabin Surabaya city can be seen from the coefficient of determination of 81,6%. While the dominant test results indicate that service variables are the most dominant variables shaping the purchase decision of Grab in the Surabaya city because the highest partial determination coefficient value is indicated by the service variable.

Keywords : *Consumer Decisions, Prices, Services and Promotions.*