

Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Diskon Harga dan Promosi Produk Terhadap Keputusan Pelanggan Menggunakan Layanan Aplikasi GRAB di Kota Medan

Elsa Arina Hutagalung¹, Kenny Paquita Turnip², Zulpi Yanidar Sari Terok³
Universitas Prima Indonesia, Medan

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi dan menilai pengaruh kualitas layanan, diskon harga, dan promosi produk terhadap pengambilan keputusan konsumen dalam menggunakan aplikasi Grab. Penelitian ini dilakukan di kawasan Medan Selayang di kota Medan. Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah 129.063 orang warga kelurahan Medan Selayang. Pendekatan pendugaan ukuran sampel menggunakan rumus Slovin menghasilkan 100 responden dengan error 10%. Teknik pengumpulan data melalui penggunaan kuesioner penelitian Analisis validitas dan reliabilitas, analisis statistik deskriptif, analisis penjelasan responden, analisis asumsi klasik, analisis regresi linier, dan analisis koefisien determinasi digunakan untuk menganalisis data. Pengujian berdasarkan pengolahan data menunjukkan bahwa kualitas layanan, diskon harga, dan promosi produk semuanya berpengaruh positif terhadap keputusan pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Diskon Harga, Promosi Produk, Keputusan Pelanggan

Analysis of the Effect of Service Quality, Price Discounts and Product Promotions on Customer Decisions to Use GRAB Application Services in Medan City

**Elsa Arina Hutagalung¹, Kenny Paquita Turnip², Zulpi Yanidar Sari Terok³
Universitas Prima Indonesia, Medan**

ABSTRACT

The goal of this research is to explore and assess the influence of service quality, price discounts, and product promotions on consumer decision-making when it comes to utilizing the Grab application. This study was done in the area of Medan Selayang in the city of Medan. This research employs a quantitative methodology. The study population is comprised of 129,063 residents of the Medan Selayang subdistrict. The approach of estimating the sample size using the Slovin formula yielded 100 respondents with a 10% error. Techniques for data collection via the use of research questionnaires Validity and reliability analysis, statistical descriptive analysis, respondent explanation analysis, classical assumption analysis, linear regression analysis, and coefficient of determination analysis were all employed to analyze the data. Tests based on data processing show that service quality, discount, and product promotions all have a positive effect on customer choices.

Keywords : Quality of Service, Discounts, Product Promotion, CustomerDecision