

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian jasa aplikasi Gojek pada mahasiswa Jurusan S1 Manajemen Universitas Dharma Andalas. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 210 responden mahasiswa dengan teknik *purposive sampling*.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) menunjukkan bahwa: (1) Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) Promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (3) Harga dan Promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan, kedua variabel independen tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan ini mengindikasikan bahwa Aplikasi Gojek berperan dalam membentuk preferensi konsumen melalui promosi dan harga menjadi pertimbangan utama dalam pembelian dikalangan Mahasiswa S1 Manajemen Universitas Dharma Andalas Padang.

Kata kunci: Harga, Promosi dan keputusan pembelian.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of price and promotion on purchasing decisions for the Gojek app among undergraduate students of Management at Dharma Andalas University. This study used quantitative methods, collecting data through questionnaires distributed to 210 student respondents using a purposive sampling technique.

Based on the research results and data analysis using SPSS (Statistical Product and Service Solutions), it was shown that: (1) Price has a positive and significant influence on purchasing decisions, (2) Promotion has a positive and significant influence on purchasing decisions, (3) Price and Promotion have a positive and significant influence on purchasing decisions. Simultaneously, both independent variables have a significant influence on purchasing decisions. These findings indicate that the Gojek app plays a role in shaping consumer preferences through promotion, and price is a primary consideration in purchasing decisions among undergraduate students of Management at Dharma Andalas University, Padang.

Keywords: Price, Promotion, and Purchasing Decisions.