

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Harga, Promosi dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada jasa transportasi Gojek online di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan data primer yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner, dimana populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang sedang dan pernah menggunakan aplikasi gojek di Yogyakarta berjumlah 100 orang menggunakan rumus *slovin*, dengan teknik *purposive sampling*. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda dengan Uji t, uji F dan uji R². Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh harga yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Ada pengaruh promosi yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Ada pengaruh kepercayaan konsumen yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Ada pengaruh secara bersama-sama harga, promosi dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Harga, Promosi, Kepercayaan Konsumen dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This research is conducted to know how big influence of Price, Promotion, and Consumer Trusting to Purchasing decision on Gojek online transportation service in Yogyakarta. This research use quantitative methods and uses primary data obtained from the results of questionnaires, where the population in this study were consumers who were and had used the gojek application in Yogyakarta amounting to 100 people using Slovin formula, with purposive sampling technique. The methodology used in this study is multiple linear regression with t test, F test and R² test. Based on the results of the study, there was a significant price effect on purchasing decisions. There is a significant promotion effect on purchasing decisions. There is a significant influence of consumer trust on purchasing decisions. There is a joint effect of price, promotion and consumer trust on purchasing decisions.

Keywords : Price, Promotion, Consumers Trusting and Purchasing Decision.