

PERILAKU KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN
PENGUNAAN JASA APLIKASI GRAB PADA MAHASISWA KAMPUS III
MERCU BUANA YOGYAKARTA

(Studi Kasus pada Pengguna Promosi Potongan Harga “AYOYOG” Grabcar)

ABSTRAK

Oleh :

ESTER PRAYUDI PERMATA SARI

14071061

Fenomena transportasi online saat ini berkembang di kalangan masyarakat, banyak konsumen yang menanggapi dengan baik hadirnya transportasi online ini, khususnya untuk para perantau yang tidak memiliki kendaraan pribadi. Banyak faktor yang membuat aplikasi berbasis online ini dibutuhkan ditengah masyarakat khususnya di kota besar seperti Yogyakarta saat ini. Dengan hadirnya transportasi online yang saat ini membuat masyarakat lebih mudah dalam melakukan aktivitas, karena transportasi online bisa dipesan dimana saja, jadi para konsumen yang ingin memakai transportasi tidak perlu datang ke tempat tertentu yang banyak taksi konvensional atau transportasi umum. Dalam beberapa bulan terakhir, Grab sebagai salah satu transportasi online memberikan potongan harga untuk pengguna grab yang menggunakan jasa grabcar, promosi tersebut tentunya membuat masyarakat pengguna transportasi online membandingkan Grab dengan transportasi online lainnya. Saat ini perilaku konsumen sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan promosi grab yang terus menerus mengeluarkan potongan harga.

Kata Kunci : transportasi Online, Grab, Perilaku Konsumen

**CONSUMER BEHAVIOR IN DECISION MAKING USE OF THE SERVICE
OF THE APPLICATION GRAB MERCU BUANA UNIVERSITY STUDENTS
IN YOGYAKARTA**

(Case study on Promotional Discounts User "AYOYOG" Grabcar)

ABSTRACT

By:

ESTER PRAYUDI PERMATA SARI

14071061

The phenomenon of online transportation is currently growing among the masses, many consumers are responding well to the presence of this online transportation, especially for immigrants who do not have private vehicles. Many factors that make this online-based application is needed in the community, especially in big cities like Yogyakarta today. With the presence of online transport that currently makes the community easier in doing activities, because online transport can be booked anywhere, so the consumers who want to use the transportation does not need to come to a certain place that many conventional taxis or public transportation. In the past few months, Grab as one of the online transports gives discounts for grab users who use grabcar jada, the promotion of course makes the users of online transport compare Grab with other online transportation. Currently consumer behavior is very influential on the continuity of promotion grab that continuously issue discounts.

Keywords: Online transport, Grab, Consumer Behavior