

ABSTACT

This study aims to analyze, find out, and prove the influence of Service Quality, Promotion, and Price on Food Purchase Decisions on Go-Food to Management Students at PGRI Adi Buana University Surabaya. The population used in this study consisted of students from PGRI Adi Buana University Surabaya using the purposive sampling method and obtained a sample of 162 respondents. The results of data analysis can be concluded that Service Quality on Purchase Decisions has a tcount value of 10.618 with a significant value of 0.002 <0.05. Promotion of Purchase Decisions has a tcount of 9.486 with a significant value of 0.00 <0.05, Appreciation of purchasing decisions has a tcount of 9.486 with a significant value of 0.00 <0.05. So it can be concluded that the Quality of Service, Promotion, and Price affect the Purchase Decision simultaneously.

Keywords: Service Quality, Promotion, Price, and Purchase Decision

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis, mengetahui, dan membuktikan pengaruh dari Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Makanan di Go-Food kepada Mahasiswa Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. Populasi yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari Mahasiswa Universitas PGRI Adi Buana Surabaya dengan menggunakan metode *Purposive Sampling* dan didapatkan sampel sebanyak 162 responden. Hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian memiliki nilai t_{hitung} sebesar 10,618 dengan nilai signifikan $0,002 < 0,05$. Promosi terhadap Keputusan Pembelian memiliki nilai t_{hitung} sebesar 9,486 dengan nilai signifikan $0,00 < 0,05$, Harga terhadap keputusan pembelian memiliki nilai t_{hitung} sebesar 9,486 dengan nilai signifikan $0,00 < 0,05$. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian secara simultan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Promosi, Harga, dan Keputusan Pembelian