

## ABSTRAK

**REZA VERGOESEN MAASTRICHT, Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap *Impulse Buying* Studi Kasus Pada Pengguna Jasa Transportasi Online Grabfood Di Wilayah Tanjung Duren, Jakarta Barat. (Dibimbing oleh Ari Anggarani W.P.T.)**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap *impulse buying* pada pengguna jasa transportasi *online grabfood* di Wilayah Tanjung Duren, Jakarta Barat. Hipotesis penelitian sesuai dengan penelitian terdahulu yang mengemukakan kualitas pelayanan, harga dan promosi pada penelitian ini memiliki pengaruh terhadap *impulse buying*.

Penelitian menggunakan data primer dan sekunder dengan instrumen kuesioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Non Probability Sampling*, penulis menetapkan 100 responden. Data akan dianalisis melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas dan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan *software* statistik.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan harga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *impulse buying* sedangkan variabel harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *impulse buying* dengan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Hasil penelitian tersebut sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa ada pengaruh antara harga dengan *impulse buying*. Dan terdapat pengaruh secara bersama-sama antara variabel kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap *impulse buying*.

**Kata Kunci : Kualitas pelayanan, harga, promosi dan *impulse buying*.**

## **ABSTRACT**

***REZA VERGOESEN MAASTRICHT, Influence Analysis of Service Quality Impact, Price and Promotion on Impulse Buying Case Study on Grabfood Online Transport Service Users In Tanjung Duren Area, West Jakarta. (Supervised by Ari Anggarani W.P.T.)***

*The purpose of this study is to determine the effect of service quality, price and promotion of impulse buying on grabfood online service users in Tanjung Duren Area, West Jakarta. The research hypothesis is in accordance with previous research which suggests the quality of service, price and promotion in this research have influence Against impulse buying.*

*The study used primary and secondary data with questionnaire instruments. Sampling technique using Non Probabilty Sampling, the author set 100 respondents. Data will be analyzed through validity test, reliability test, normality test and multiple linear regression analysis using statistical software.*

*The results concluded that service quality and price have no significant effect on impulse buying while price variable have positive and significant influence to impulse buying with significant value less than 0,05. The results of this study in accordance with the hypothesis that there is influence between the price with impulse buying. And there is a mutual influence between the variables quality of service, price and promotion of impulse buying.*

***Keywords: Quality of service, price, promotion and impulse buying***