

ABSTRAK

PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA GRABFOOD

Oleh:

Rifki Fajar Romadona

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh harga, kualitas pelayanan dan citra merek terhadap minat beli konsumen pada GrabFood. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif asosiatif. Pengambilan sampel penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Dimana jumlah populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan aplikasi Grab berjumlah 30.900.000 tahun 2022 dan sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah harga, kualitas pelayanan dan citra merek, sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian. Pengujian hipotesis menghasilkan bahwa variabel harga, kualitas pelayanan dan citra merek berpengaruh secara positif terhadap minat beli konsumen pada GrabFood. Untuk itu pihak dari GrabFood sudah seharusnya memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli, yaitu harga, kualitas pelayanan dan citra merek sehingga memberikan efek positif pada perusahaan

Kata Kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Citra Merek Dan Minat Beli

ABSTRACT

THE EFFECT OF PRICE, SERVICE QUALITY, AND BRAND IMAGE ON CONSUMER BUYING INTEREST IN GRABFOOD

By:
Rifki Fajar Romadona

The purpose of this research was to find the effect of price, service quality and brand image on consumer buying interest in Grabfood. This research used an associative quantitative research. This research sample was taken using a purposive sampling technique. Where the population selected in the research was consumers who used the Grab application amounting to 30,900,000 in 2022 and the sample in this research was 100 respondents. The data analysis method used in this research was multiple linear regression analysis. The independent variables in this research were price, service quality and brand image, while the dependent variable in this research was purchasing decisions. The result of the hypothesis test showed that the variables price, service quality and brand image had a positive effect on consumer buying interest in Grabfood. For this reason, Grabfood should pay attention to factors that affected buying interest, namely price, service quality and brand image so that it had a positive effect on the company.

Keywords: Price, Service Quality, Brand Image, Purchase Intention.

