

**PENGARUH *E-SERVICE*, IKLAN, PROMOSI DAN SISTEM
PEMBAYARAN OVO TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN
APLIKASI GRAB PADA MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN
UNIVERSITAS GUNADARMA.**

ABSTRAK

Transportasi merupakan sarana yang sangat penting dalam mendukung aktivitas dan mobilitas manusia setiap harinya sehingga harus dipersiapkan dengan baik dan aman. Tingginya minat konsumen terhadap transportasi *online* membuat perusahaan jasa transportasi *online* berlomba-lomba menciptakan inovasi untuk menarik minat konsumen. Grab merupakan penyedia jasa layanan transportasi dengan menggunakan armada motor dan mobil. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh *e-service quality*, iklan, promosi dan sistem pembayaran ovo terhadap keputusan penggunaan aplikasi Grab pada mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Gunadarma.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji t dan uji F dan uji koefisien determinasi. Alat bantu yang digunakan adalah SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *E-Service Quality* tidak berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Grab pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Gunadarma, sedangkan Iklan, Promosi dan Sistem Pembayaran Ovo berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Grab pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Gunadarma. *E-Service Quality*, Iklan, Promosi dan Sistem Pembayaran Ovo berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Grab pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Gunadarma.

Kata kunci : *E-Service Quality*, Iklan, Promosi, dan Sistem Pembayaran Ovo,
Keputusan Penggunaan

(xiii+86+Lampiran)

Daftar Pustaka (2011-2023)