

ABSTRAK

Belakangan ini layanan pesan antar makanan semakin diminati, dikarenakan masyarakat tidak perlu repot lagi untuk mendatangi lokasi dan mengantre. Sehingga mereka hanya tinggal menunggu di rumah atau di tempat tujuan mereka mengantar pesanan. Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa pesan antar makanan yaitu Grab Food. Grab Food menerapkan strategi pemasaran yang tepat dengan tujuan untuk meningkatkan volume pembelian, salah satunya yaitu melakukan bauran promosi.

Penelitian ini dibuat bertujuan untuk mengetahui Bauran Promosi pada Grab Food di Jabodetabek, Proses Keputusan Pembelian pada Grab Food di Jabodetabek, serta untuk menghitung besarnya pengaruh Bauran Promosi terhadap Proses Keputusan Pembelian pada Grab Food di Jabodetabek. Penelitian ini bersifat deskriptif dan kausalitas dengan 100 responden sebagai objek penelitian. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Responden yang di ambil ialah konsumen yang pernah menggunakan aplikasi pesan antar makanan *online*.

Dapat disimpulkan bahwa Bauran Promosi pada Grab Food termasuk dalam kategori baik, Proses Keputusan Pembelian pada Grab Food termasuk dalam kategori baik, Bauran Promosi berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Proses Keputusan Pembelian Grab Food di Jabodetabek sebesar 36.3% dan sisanya sebesar 63.7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Bauran Promosi, Grab Food, Proses Keputusan Pembelian.