

## ABSTRAK

Perkembangan internet yang pesat merubah gaya hidup manusia pada saat ini menjadi lebih modern. Selain itu, internet juga mempengaruhi pertumbuhan sektor-sektor bisnis dengan memanfaatkan teknologi internet, salah satunya adalah sektor transportasi. Fenomena transportasi online dan kemajuan teknologi merubah perilaku masyarakat dalam melakukan pembelian seperti, pemesanan makanan, antar-jemput, pengantaran barang, dll menjadi bergantung pada jasa layanan transportasi online. Go-jek merupakan salah satu perusahaan di sektor transportasi yang mendominasi pangsa pasar transportasi online Indonesia. Namun, berdasarkan top brand index kategori jasa transportasi online, Go-jek mengalami penurunan TBI setiap tahunnya karena adanya persaingan yang ketat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa layanan Go-jek di Kota Malang.

Penelitian ini menggunakan metode analisis data kuantitatif dan pengumpulan data dalam penelitian ini melalui penyebaran kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan jasa layanan Go-jek yang berdomisili di Kota Malang dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden, Metode analisis pada penelitian ini adalah uji analisis regresi berganda dan alat yang digunakan adalah SPSS versi 26 for mac.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif harga, promosi, dan kualitas pelayanan secara keseluruhan berada dalam kategori baik. Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan harga, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa layanan Go-jek di Kota Malang baik secara parsial maupun simultan. Berdasarkan hasil koefisien determinasi diperoleh nilai sebesar 74,1% dan sisanya sebesar 25,9% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

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