

ABSTRAK

Rabiatur Raudah Aghina. 2020. *Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa FEBI UIN Antasari Banjarmasin Memilih Transportasi Online Grab.* Skripsi, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Pembimbing: (I) H. Badrian, M.Ag., (II) H. Abdul Gafur, Lc.,M.A.

Kata Kunci: Harga, Promosi, dan Keputusan Pembelian

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh berkembang pesatnya persaingan transportasi *online* saat ini salah satunya adalah Grab. Grab dalam mempertahankan kesetiaan mitra pengemudi dan meningkatkan jumlah pengguna / order maka Grab memperkuat strategi pemasaran untuk memengaruhi konsumen dalam menetapkan keputusan pembelian. Pertimbangan konsumen dalam memilih jasa transportasi *online* dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor . yakni diantaranya adanya persaingan harga dan promosi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan promosi secara simultan dan parsial terhadap keputusan mahasiswa FEBI UIN Antasari Banjarmasin memilih transportasi *online* Grab dan menganalisis faktor manakah yang paling dominan yang memengaruhi mahasiswa FEBI UIN Antasari Banjarmasin tertarik untuk memilih transportasi *online* Grab.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah bersifat lapangan (*field research*), dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa aktif FEBI UIN Antasari Banjarmasin mulai dari angkatan tahun 2015 sampai 2019. Adapun sampel pada penelitian menggunakan teknik *purposive sampling* sehingga diperoleh sampel penelitian dari hasil perhitungan rumus slovin berjumlah 96 responden. Dan analisis data menggunakan teknik analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa FEBI UIN Antasari Banjarmasin memilih transportasi *online* Grab. Sesuai dengan hasil uji F dimana nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($52,650 > 3,09$) dan nilai signifikansi F adalah sebesar 0,000 nilai tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 atau $(\alpha) = 5\%$ ($0,000 < 0,05$). Sedangkan secara parsial (uji T) variabel le harga dan promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan mahasiswa FEBI UIN Antasari Banjarmasin memilih transportasi *online* Grab. Sesuai dengan hasil uji T dimana variabel harga (X_1) nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($2,304 > 1.66140$) dengan nilai sig. $0,0235 < (\alpha) 0,05$, dan Variabel promosi (X_2) nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($7,522 > 1.66140$) dengan nilai sig. $0,0000 < (\alpha) 0,05$. Adapun variabel yang dominan memengaruhi keputusan mahasiswa FEBI UIN Antasari Banjarmasin memilih transportasi *online* Grab dilihat dari nilai *Standardized Coeficients Beta* tertinggi yaitu variabel promosi (X_2) sebesar 0,616 berarti 61,6 %.