

**Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Komunikasi Pemasaran Go-Food  
Pada Aplikasi GO-JEK Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna  
Jasa Go-Food  
(Survey Pada Mahasiswa FEB UPN “Veteran” Yogyakarta)**

Fini Diana  
NIM : 141140456

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
UPN “Veteran” Yogyakarta  
([finidiana.21@gmail.com](mailto:finidiana.21@gmail.com))

**ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan komunikasi pemasaran terhadap keputusan pembelian. Kualitas pelayanan memiliki indikator diantaranya bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. komunikasi pemasaran memiliki indikator yaitu iklan, promisi penjualan, hubungan masyarakat, pemasaran langsung, pemasaran interaktif, penjualan personel. Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer yang merupakan jawaban dari kuisisioner berjumlah 100 sampel responden dari pengguna jasa Go-Food pada aplikasi GO-JEK. Metode yang digunakan adalah metode *non probability sampling* dan teknik *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif kuantitatif, frekuensi tabel interval, rekapitulasi data 100 responden, uji validitas dan reliabilitas. Hasil penelitian menunjukkan berdasarkan hasil uji regresi berganda secara bersama-sama diketahui bahwa antara kualitas pelayanan dan komunikasi pemasaran mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : kualitas pelayanan, komunikasi pemasaran, keputusan pembelian.