

ABSTRAK

Subkhan Fatkhurohman, Nomor Induk Mahasiswa 152140012, Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Judul Penelitian “Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai variabel intervening ” (Studi pada Mahasiswa yang Menggunakan Layanan Grabfood)”, 2020. Dosen Pembimbing Dr. Susanta, M.si dan Dr. Meilan Sugiarto, M.si.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai variabel intervening. Ukuran sampel pada penelitian ini 97 responden. Teknik sampling yang digunakan *Non-Probabilitas* dengan *Purposive Sampling* untuk kriteria sampel yang telah ditentukan. Teknik analisis data menggunakan analisis Statistik Deskriptif dan Analisis Statistik Inferensial yang menggunakan metode statistik *Structural Equation Modelling* menggunakan *SmartPLS 3.2.8*.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa Promosi berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli, Promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Minat Beli berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli.

Berdasarkan hasil Penelitian, PT Grab Indonesia harus tetap mempertahankan dan meningkatkan strategi pemasarannya yaitu promosi, seperti meningkatkan periklanan baik dimedia elektronik maupun media cetak,

memberikan potongan harga baik itu makanan, minuman maupun ongkos kirim dalam layanan Grabfood guna meningkatkan minat beli konsumen yang dapat mendorong konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.