

**PENGARUH GAYA HIDUP, PROMOSI DAN KUALITAS
LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN
JASA GRAB SEBAGAI ALAT TRANSPORTASI ONLINE
(STUDI KASUS MAHASISWA PRODI MANAJEMEN
ANGKATAN 2021 FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIDINANTI PALEMBANG)**

SKRIPSI

**Syarat Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat Guna
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Dan Bisnis**



Diajukan oleh :

MUHAMMAD DAFA SAPUTRA

NPM. 2101110222

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TRIDINANTI

2025

UNIVERSITAS TRIDINANTI

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Dafa Saputra
Nomor pokok/NIRM : 2101110222
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Grab Sebagai Alat Transportasi Online (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2021 Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang)

Pembimbing Skripsi :

Tanggal 4-9-2021 Pembimbing I :


Mariyam Zanariah, SE.,MM
NIDN: 0222096301

Tanggal 4-9-2021 Pembimbing II :


Suharti, S.E.,M.M
NIDN: 0220086501

Mengetahui,

Dekan



Dr. Hi Msy. Mikial, SE., M.Si., Ak.CA, CSRS
NIDN: 0205026401

Ka.Prodi Manajemen


Dr. Yolanda Veybitha, SE., M.Si
NIDN: 0226028303

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Dafa Saputra
Nomor pokok/NIRM : 210110222
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Grab Sebagai Alat Transportasi Online (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2021 Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang)

Penguji Skripsi :

Tanggal 21-9-2021 Ketua Penguji : 
Mariyam Zanariah, SE., M.M
NIDN: 0222096301

Tanggal 4-9-2021 Penguji I : 
Suharti, SE., M.M
NIDN: 0220086501

Tanggal 4-9-2021 Penguji II : 
Herlan Dimaiddi, SE., M.P.
NIDN: 0219086101

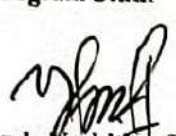
Mengesahkan :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi



Dr. Hj. Misy Mikial, SE., M.Si, Ak.CA, CSRS
NIDN: 0205026401


Dr. Yolanda Weybitha, SE., M.Si
NIDN: 0226028303

088 / PS / DFEB / 25

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Semua yang dimulai harus di selesaikan, walau tak akan ada jaminan untuk selalu menang”

“Maka sudahilah sedihmu yang belum sudah segera mulai lah syukur mu yang pasti indah, Berbahagialah”

(FSTVLST – Menantang Rasi Bintang)

Kupersembahkan Kepada :

- Allah SWT, yang senantiasa memberikan rahmat serta kemudahan
- Kedua Orang Tua, Ayahanda Uzir Muhlison dan Ibunda Sumartini yang selalu memberikan doa dan kasih sayangnya
- Kepada saudaraku, M. Kamal Hanafi Putra dan alm saudariku Najwa Muttia
- Kepada teman-teman yang selalu menemani selama perkuliahan
- Kepada almamater kebanggaan

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	: Muhammad Dafa Saputra
NPM/Nomor Pokok Mahasiswa	: 2101110222
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis
Jurusan	: Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dengan segala konsekuensinya.

Palembang, Agustus 2025



Muhammad Dafa Saputra

NPM : 2101110222

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“PENGARUH GAYA HIDUP, PROMOSI DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA APLIKASI GRAB SEBAGAI ALAT TRANSPORTASI ONLINE (STUDI KASUS MAHASISWA PRODI MANAJEMEN ANGKATAN 2021 FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS TRIDINANTI PALEMBANG)”** yang disusun untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Tridinanti Palembang.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik yang bersifat membangun guna perbaikan di masa yang akan datang. Dalam pembuatan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis menyampaikan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Edizal AE,M.S selaku Rektor Universitas Tridinanti.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, SE,M.Si.AK,CA,CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti.
3. Ibu Dr. M. Ima Andriyani, SE,M.Si, selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti.
4. Ibu Dr. Yolanda Veybitha, SE,M.Si, selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti.
5. Ibu Dr. Irayani, SE,M.Si, selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti.
6. Ibu Mariyam Zanariah, SE.,MM, selaku dosen Pembimbing Utama yang telah banyak memberikan bimbingan dan pengarahan yang sangat bermanfaat dalam pembuatan proposal ini.

7. Ibu Suharti, SE., M.M, selaku dosen Pembimbing Anggota yang telah banyak memberikan bimbingan dan pengarahan yang sangat bermanfaat dalam pembuatan proposal ini.
8. Seluruh Bapak dan Ibu dosen di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis yang telah mengajar dan memberikan ilmu yang sangat berguna bagi penulis.
9. Kepada kedua orang tua saya Tercinta Bapak Uzir Muhlison dan Ibu Sumartini.
10. Kepada Kakak saya M. Kamal Hanafi Putra dan almarhum Adik saya Najwa Muttia terima kasih telah memberikan semangat dalam penyusunan proposal ini.
11. Teman-Teman dekat saya yang sudah memberikan bantuan, semangat dan motivasi dalam penyusunan proposal ini
12. Teman-Teman angkatan 2021 atas dorongan dan motivasi. Dan semua pihak yang telah membantu terselesainya skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada peneliti mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan Proposal ini baik dalam teknik penyajian materi maupun pembahasan. Demi kesempurnaan proposal ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat peneliti harapkan. Semoga karya tulis ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Palembang, April 2025
Penulis,

Muhammad Dafa Saputra

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
RIWAYAT HIDUP.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
12.1 Latar Belakang.....	1
12.2 Rumusan Masalah.....	6
12.3 Tujuan Penelitian	6
12.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Kajian Teoritis	8
2.1.1 Keputusan Penggunaan.....	8
2.1.2 Gaya Hidup	10
2.1.3 Promosi.....	13
2.1.4 Kualitas Layanan.....	16
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Kerangka Berpikir.....	23
2.4 Hipotesis Penelitian	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Tempat Dan Waktu Penelitian.....	27
3.1.1 Tempat Penelitian.....	27
3.1.2 Waktu Penelitian.....	27

3.2	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	27
3.2.1	Sumber Data.....	27
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.3.	Populasi, Sample dan Sampling.....	29
3.3.1	Populasi	29
3.3.2	Sampling	30
3.3.3	Teknik Sampling	31
3.4	Rancangan Penelitian	32
3.5	Definisi Oprasional Variabel	32
3.5.1	Definisi oprasional	32
3.6	Instrumen Penelitian.....	35
3.7	Uji Validitas.....	36
3.8	Uji Reliabilitas	37
3.9	Teknik Analisis Data	37
3.9.1	Uji Asumsi Klasik	37
3.9.2	Analisis Regresi Linear Berganda.....	38
3.9.3	Analisis Koefisien Korelasi (r).....	39
3.9.4	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	40
3.9.5	Uji Hipotesis	41
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1	Hasil Penelitian	44
4.1.1	Sejarah Singkat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti	44
4.1.2	Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti	46
4.1.3	Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas	47
4.2.	Karakteristik Responden.....	61
4.2.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
4.2.2	Klarifikasi Responden Berdasarkan Usia	62
4.3	Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	62
4.3.1	Hasil Uji Validitas	62
4.3.2	Hasil Uji Reliabilitas	65
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	66
4.4.1	Hasil Uji Normalitas.....	66
4.4.2	Uji Heteroskedestisitas.....	68
4.4.3	Uji Multikolinieritas	69

4.5	Uji Statistik.....	70
4.5.1	Uji Regresi Linier Berganda.....	70
4.5.2	Uji Koefisien Korelasi.....	72
4.5.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	73
4.6	Uji Hipotesis Statistik	74
4.6.1	Uji Secara Simultan (Uji F)	74
4.6.2	Uji Secara Parsial (Uji t).....	76
4.7	Pembahasan	79
4.7.1	Pembahasan Secara Simultan Pengaruh Gaya Hidup,Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan	79
4.7.2	Pembahasan Secara Parsial Pengaruh Gaya Hidup, Terhadap Keputusan Penggunaan.....	80
4.7.3	Pembahasan Secara Parsial Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan.	80
4.7.4	Pembahasan Secara Parsial Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		82
5.1	Kesimpulan.....	82
5.2	Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA		85
LAMPIRAN		89

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Kegiatan Penelitian	26
Tabel 3.2 Definisi Orasional Variabel.....	32
Tabel 3.3 Skala Likert	35
Tabel 3.4 Interpretasi Nilai (r).....	39
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia	62
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Gaya Hidup (X1).....	63
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Promosi (X2)	64
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan (X3).....	64
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Keputusan Penggunaan (Y).....	65
Tabel 4. 7 Uji Realibilitas.....	66
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas.....	67
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinieritas	70
Tabel 4. 10 Analisis Regresi Linier Berganda.....	71
Tabel 4. 11 Uji Koefisien Korelasi	73
Tabel 4. 12 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	74
Tabel 4. 13 Uji Secara Simultan (Uji F)	74
Tabel 4. 14 Uji Secara Parsial (Uji t).....	76

DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 2.1 kerangka Berpikir</i>.....	24
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti	49
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitasn P-Plot.....	68
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	69

ABSTRAK

Muhammad Dafa Saputra, Pengaruh Gaya Hidup, Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Grab Sebagai Alat Transportasi Online (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2021 Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang) (Dibawah Bimbingan Ibu Mariyam Zanariah, SE., MM dan Ibu Suharti, SE.,MM)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Gaya Hidup, Promosi, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Grab sebagai alat transportasi online. Studi ini dilakukan pada mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2021 Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner terhadap 74 responden yang dipilih menggunakan purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner menggunakan skala Likert, kemudian dianalisis menggunakan uji regresi linier berganda, uji F dan uji t dengan bantuan program SPSS versi 27.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Gaya Hidup, Promosi dan Kualitas Layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan dengan nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$). Secara parsial Gaya Hidup berpengaruh secara signifikan dengan nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$). Promosi berpengaruh secara signifikan dengan nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$). Kualitas Layanan berpengaruh secara signifikan dengan nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$).

Nilai Koefisien Determinasi (R^2) sebesar 0,723 sehingga dapat disimpulkan bahwa kemampuan Gaya Hidup, Promosi dan Kualitas Layanan dalam mempengaruhi Keputusan Penggunaan adalah sebesar 72%. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih jasa transportasi online Grab.

Kata Kunci : Gaya Hidup, Promosi, Kualitas Layanan, Keputusan Penggunaan

ABSTRACT

Muhammad Dafa Saputra, The Influence of Lifestyle, Promotion, and Service Quality on the Decision to Use Grab Services as an Online Transportation Tool (Case Study of Management Study Program Students, Class of 2021, Faculty of Economics, Tridianti University, Palembang) (Under the Guidance of Ms. Mariyam Zanariah, SE., MM and Ms. Suharti, SE., MM)

This study aims to analyze the influence of lifestyle, promotions, and service quality on the decision to use Grab as an online transportation service. This study was conducted on students of the Management Study Program, Class of 2021, Faculty of Economics, Tridianti University, Palembang. The research method used was a descriptive quantitative approach, with data collected through a questionnaire from 74 respondents selected using purposive sampling. Data collection was carried out using a questionnaire using a Likert scale, then analyzed using multiple linear regression, F-test, and t-test using SPSS version 27.

The results of the study indicate that Lifestyle, Promotion and Service Quality simultaneously have a significant effect on the Decision to Use with a significance value ($0.000 < 0,05$). Partially, Lifestyle has a significant effect with a significance value ($0.000 < 0,05$). Promotion has a significant effect with a significance value ($0.000 < 0,05$). Service Quality has a significant effect with a significance value ($0.000 < 0,05$).

The coefficient of determination (R^2) value is 0.723, thus it can be concluded that the ability of Lifestyle, Promotion, and Service Quality to influence the decision to use is 72%. This research is expected to contribute to understanding the factors that influence students' decisions in choosing the online transportation service Grab.

Keywords: Lifestyle, Promotion, Service Quality, Usage Decision

RIWAYAT HIDUP

Muhammad Dafa Saputra dilahirkan di Palembang 16 Febuari 2002 dari bapak Uzir Muhlison dan ibu Sumartini, peneliti menyelesaikan sekolah dasar pada tahun 2014 di Sekolah Dasar Negeri 40 Palembang, sekolah menengah pertama pada tahun 2017 di Sekolah Nurul Iman Palembang, sekolah menengah kejuruan pada tahun 2020 di SMK Muhammadiyah 1 Palembang, dan pada tahun 2021 peneliti mendaftarkan Universitas Tridinanti Palembang dan bergabung ke dalam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Tridinanti Palembang

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini, perkembangan internet berlangsung dengan sangat cepat. Internet berfungsi sebagai penghubung antar individu, serta sebagai alat untuk berkomunikasi, mengakses informasi, melakukan riset, dan bertransaksi bisnis (Rahmadi & Malik, 2018). Di Indonesia, banyak orang menganggap internet sebagai kebutuhan sehari-hari, yang tercermin dari jumlah pengguna yang terus meningkat. Menurut survei yang dilakukan oleh Polling Indonesia bekerja sama dengan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2018, jumlah pengguna internet di Indonesia mengalami pertumbuhan sebesar 10,12 persen, mencapai 171,17 juta orang, atau sekitar 64,8 persen dari total populasi 264 juta jiwa. Angka ini diperkirakan akan terus meningkat setiap tahunnya (APJII, 2019).

Grab adalah perusahaan teknologi mobile terkemuka di Asia Tenggara yang menghubungkan jutaan pelanggan dengan banyak mitra pengemudi, pedagang, dan bisnis. Grab berkomitmen untuk mengatasi berbagai masalah utama, seperti ketidakmerataan akses, keterbatasan infrastruktur, dan kesenjangan pendapatan. Sebagai penyedia layanan transportasi, Grab hadir untuk memenuhi kebutuhan akan jasa transportasi yang efisien dan efektif. Istilah "decacorn" digunakan untuk menyebut perusahaan startup yang telah mencapai valuasi sebesar 10 miliar dolar AS, yang merupakan tahap lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan startup "unicorn" yang valuasinya mencapai 1 miliar dolar AS. Pada bauran pemasaran

terdapat harga, yang termasuk faktor penting dalam pemasaran. Penetapan harga yang tepat dalam suatu perusahaan memegang peran yang cukup penting. Harga berpengaruh pada minat keputusan konsumen dalam memilih dan juga menggunakan suatu produk atau jasa.

PT. Grab Indonesia pertama kali hadir di Indonesia pada tahun 2014, sebelumnya GrabFood hanya fokus pada pelayanan transportasi online atau disebut GrabTaxi. Dengan adanya kebutuhan masyarakat yang semakin banyak membuat Grab memperkenalkan terobosan baru untuk masyarakat agar mempermudah dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, dengan memperkenalkan GrabCar, GrabBike, GrabExpress, dan yang terakhir GrabFood.

Bulan Mei 2016 Grab memperkenalkan layanan terbarunya yaitu GrabFood fitur layanan pesan-antar makanan dalam aplikasi. Penggunaan fitur layanan pesan-antar makanan GrabFood, memberikan kemudahan bagi masyarakat. Layanan GrabFood ini ditujukan untuk memberikan alternatif terutama para pecinta kuliner yang ingin mencoba hidangan tanpa perlu mengantri (Grab, 2021<http://www.grab.com>). Pangsa pasar layanan jasa pesan-antar makanan secara online perusahaan Grab memegang 53% di Indonesia, kemudiandiikuti oleh perusahaan Gojek yaitu sebesar 47%. Data tersebut menunjukkan bahwa GrabFood menjadi jasa pesan-antar makanan tertinggi. Layanan pesan-antar makanan GMV atau Gross Merchandise Volume Grab mencapai 5,9 miliar dollar AS apabila dirupiahkan mencapai 83,2 triliun rupiah pada kawasan Asia Tenggara (Antaranews, 2021)

Penelitian yang pernah dilakukan oleh (Ayumi & Budiatmo, 2021), hasil penelitian menunjukkan bahwa, adanya pengaruh positif dan signifikan pada harga terhadap minat beli. Grab bukanlah perusahaan yang mampu monopoli, sehingga dalam menjalankan bisnis akan selalu ada pesaing. Pesaing terbesar dalam bisnis transportasi online Grab di Indonesia adalah Go-jek yang menjadi pionir penggagas transportasi ojek online di Indonesia

Tabel 1.1

Top Brand Index Transportasi Ojek Online

Brand	TBI (Top Brand Index)
Maxim	0,1388889
Grab	31.60
Gojek	62.00.00

Sumber: Top Brand Award (www.topbrand-award.com) (2024)

1. Gojek memiliki skor TBI tertinggi dengan angka 62.00, menunjukan bahwa Gojek memiliki posisi merek yang sangat kuat dan lebih dikenal serta di pilih oleh konsumen di bandingkan dengan pesaing lainnya.
2. Grab berada di posisi kedua skor 31.60, yang menunjukan bahwa meskipun grab masih populer dan memiliki pengikut setia, ia tertinggal jauh oleh Gojek
3. Maxim dengan nilai 0,13888889, angka ini tampaknya sangat rendah di banding dengan Grab dan Gojek

Dari fenomena diatas ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pelanggan dalam menggunakan aplikasi grab seperti gaya hidup, promosi, dan kualitas layanan

Salah satu faktor penting yang memengaruhi keputusan dalam menggunakan layanan adalah gaya hidup. Menurut Kotler dalam (Kaharu & Budiarti, 2016), gaya hidup seseorang mencerminkan pola hidup sehari-hari yang dijalani, termasuk pendapat dan minat individu tersebut. Gaya hidup menunjukkan bagaimana seseorang berinteraksi dengan lingkungan di sekitarnya. Sunarto (2019) dalam Sitepu et al. (2022) menyatakan bahwa gaya hidup atau "lifestyle" adalah pola kehidupan individu, dan untuk memahami faktor-faktor ini, kita perlu mengukur dimensi AIO (activities, interests, opinions) yang mencakup aktivitas (seperti pekerjaan, hobi, belanja, olahraga, dan kegiatan sosial), minat (terkait makanan, mode, keluarga, dan rekreasi), serta pendapat (mengenai diri sendiri, isu sosial, dan produk bisnis sosial). Gaya hidup masyarakat dapat bervariasi antara satu kelompok dengan kelompok lainnya, dan gaya hidup masyarakat saat ini semakin modern seiring berjalannya waktu.

Salah satu faktor lain nya adalah promosi, Promosi merupakan insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan dari suatu produk atau jasa. Promosi juga merupakan kombinasi strategi yang paling baik dari variable – variable periklanan, penjualan personal dan alat promosi yang lain, yang semuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan. Pada dasarnya promosi atau iklan adalah semua bentuk penyajian komunikasi non personal tentang ide– ide, produk dan jasa yang ditawarkan oleh produsen, dengan maksud untuk

mempengaruhi konsumen agar mau membeli produk yang ditawarkan. Pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan/atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan (Sugiyono, 2012:80).

Selain dua faktor diatas Menurut Fandy dan Gregorius (2016) kualitas layanan yang dirasakan oleh pelanggan dapat berkontribusi secara signifikan untuk membangun dan menciptakan keunggulan kompetitif melalui diferensiasi, positioning, dan strategi bersaing pada perusahaan, baik perusahaan manufaktur maupun penyedia jasa. Selain itu, kualitas layanan berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan sehingga menimbulkan keinginan pelanggan untuk menjalin relasi yang saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Keberhasilan perusahaan dalam menghadapi persaingan nampak dari tetap bertahannya perusahaan tersebut dan kemampuannya memberikan kepuasan kepada pelanggan. Oleh karena itu, diperlukan kreatifitas perusahaan untuk mengembangkan programprogram untuk meningkatkan kepuasan pelanggan Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijabarkan, maka penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Grab Sebagai Alat Transportasi Online (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2021 Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh Gaya Hidup, Promosi, dan Kualitas Layanan secara simultan terhadap Keputusan Penggunaan jasa Grab sebagai alat transportasi online?
2. Apakah terdapat pengaruh Gaya Hidup secara persial terhadap Keputusan Penggunaan jasa Grab sebagai alat transportasi online?
3. Apakah terdapat pengaruh Promosi secara persial terhadap Keputusan Penggunaan jasa Grab sebagai alat transportasi online?
4. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Layanan secara persial terhadap Keputusan Penggunaan jasa Grab sebagai alat transportasi online?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Gaya Hidup, Promosi, dan Kualitas Layanan secara simultan terhadap Keputusan Penggunaan jasa Grab sebagai alat transportasi online.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Gaya Hidup secara persial terhadap Keputusan Penggunaan jasa Grab sebagai alat transportasi online.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Promosi secara persial terhadap Keputusan Penggunaan jasa Grab sebagai alat transportasi online.
4. Untuk mengetahui apakah terdapat Kualitas Layanan Hidup secara persial terhadap Keputusan Penggunaan jasa Grab sebagai alat transportasi online.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah :

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan, serta menambah wawasan mengenai pengaruh gaya hidup, promosi, kualitas layanan terhadap keputusan penggunaan jasa grab sebagai alat transportasi online .

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam melihat pengaruh gaya hidup, promosi, dan kualitas layanan terhadap keputusan penggunaan jasa grab sebagai alat transportasi online.

3. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai referensi bagi mereka yang membutuhkan informasi dalam bidang pemasaran khususnya mengenai gaya hidup, promosi, dan kualitas layanan terhadap keputusan penggunaan jasa grab sebagai dasar perbandingan untuk dijadikan evaluasi pembelajaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2012. Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Andika. (2017). Pengaruh Penerapan Corporate Governance dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris pada Perusahaan LQ-45 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2016). Skripsi .
- APJII. (2019). Penetrasi & profil perilaku pengguna internet indonesia. In Apjii. <https://apjii.or.id/survei2018s/download/TK5oJYBSyd8iqHA2eCh4FsGELm3ubj>
- Ariyaningsih, S., Andrianto, A. A., Kusuma, A. S., & Prastyanti, R. A. (2023). Korelasi Kejahatan Siber dengan Percepatan Digitalisasi di Indonesia. *Justisia: Jurnal Ilmu Hukum*, 1(1), 1– 11. <https://doi.org/10.56457/jjih.v1i1.38>
- Ayumi, B., & Budiatmo, A. (2021). Pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel intervening (studi pada konsumen Hypermart paragon semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(2), 1169-1176.
- Azhar, M., ur Rehman, M. Z., Ali, S., Qayyum, M. F., Naeem, A., Ayub, M. A., ... & Rizwan, M. (2019). Comparative effectiveness of different biochars and conventional organic materials on growth, photosynthesis and cadmium accumulation in cereals. *Chemosphere*, 227, 72-81.
- Basu, Swastha. (2001). Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: BPFE
- Darmawan, Deni. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Etzel, et.al. Manajemen Pemasaran. Bandung: Alfabeta, 2018
- Fahmi, I. (2018). Manajemen Pengambilan Keputusan; teori dan aplikasi.
- Fandy Tjiptono., (2018). Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan. Edisi 1., Yogyakarta: CV. Andi
- GANTARA, D. (2018). *PERAN KOMUNITAS ANAK JALANAN DALAM MENGEMBANGKAN MODAL BUDAYA LITERASI MELALUI PRAKTIK REPRODUKSI KULTURAL* (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga).
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Grab. (2021). GrabFood. <http://www.grab.com>. Diakses jam 19:30 tanggal 26 Februari 2021.
- Gregorius, C., & Fandy, T. (2016). Service, Quality & Satisfaction. *Edisi Empat. Yogyakarta: ANDI. Jurnal Psikologi Sosial*, 10(2), 45-58.
- Kaharu, D., & Budiarti, A. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cosmic. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(3).
- Kotler dan Keller. 2014. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2019). Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium. Jakarta: Prenhalindo
- Kotler, P. and Keller, K.L. (2019) Marketing Management. 15th Edition, Pearson Education.
- Kuncoro, M. (2019). Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi. Edisi Ke 3. Jakarta: Erlangga
- Kurniawati, N., Fathurrohman, I., & Roysa, M. (2022). Analisis Semiotika Budaya Jawa Tengah pada Film Mangkujiwo Karya Azhar Koino Lubis. *Buletin Ilmiah Pendidikan*, 1(1), 45–54. <https://doi.org/10.56916/bip.v1i1.217>
- Laia, Y., Sarumaha, M. S., & Laia, B. (2022). Bimbingan Konseling Dalam Meningkatkan Kemandirian Belajar Siswa Di Sma Negeri 3 Susua Tahun Pelajaran 2021/2022
- Leedy, P. D., & Ormrod, J. E. (2014). Practical research:
- Nanincova, N. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe and Bistro. 7, 2-3.
- Peter, Paul J Dan Olson, Jerry C. 2018. Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran. Edisi 9 Buku 1. Jakarta: Selemba Empat
- Philip and Gary Armstrong. 2013. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1. Terjemahan Bob Sabran. Erlangga. Jakarta.Tangerang: Skripsi Tidak Diterbitkan. Planning and design (10th ed.). Pearson.

- Rahmadi, H., & Malik, D. (2018). *Pengaruh kepercayaan dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian E-commerce pada Tokopedia. com di Jakarta Pusat. Reformasi Administrasi, 3 (1), 126–145.*
- Rolando, B. (2018). *Tingkat Kesiapan Implementasi Smart Governance Di Kota Palangka Raya. UAJY.*
- Setiadi, Erwin. 2020. *Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Syrup Monin Pada PT. Kharisma Sukses Gemilang. Kotler,*
- Shoell, W. F. (2018). *Marketing essentials.* Pearson.
- Sitepu, R., Et Al. (2022). *Gaya Hidup Dan Dimensi AIO Dalam Memahami Pola Kehidupan Konsumen. Jurnal Sosial Dan Perilaku Masyarakat, 14(3), 112- 123.*
- Solomon, Michael R. (2011). *Consumer Behavior: buying having, and being 9th Ed.*New Jersey, USA: Pearson Prentice Hall.
- Subagiya, B. (2023). *Eksplorasi penelitian Pendidikan Agama Islam melalui kajian literatur: Pemahaman konseptual dan aplikasi praktis. 12(3).*
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung : Alfabeta
- Sugiyono (2020:203). (2018). *Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian. Metode Penelitian, 32–41.*
- Sugiyono, (2021). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF dan R&D (M.Dr. Ir. Sutopo, S.Pd (ed); ke2 ed)*
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif.* Bandung: Alfabeta
- Suharyadi, & Purwanto, S. K. (2016). *Statistika Untuk Keuangan Ekonomi dan Modern (3 ed.).* Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Sunarto, D. (2019). *Konsep Gaya Hidup Dalam Perspektif Sosial Dan Ekonomi*
- Sunyoto, D. (2014). *Perilaku konsumen: Teori dan aplikasi.* CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Supranto. J. 2019. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar.* Cetakan keempat. Jakarta. Penerbit PT Rineka Cipta

- Tan, D. (2021). Metode Penelitian Hukum: Mengupas Dan Mengulas Metodologi Dalam Menyelenggarakan Penelitian Hukum. NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial, 8(8).
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2021). *Service, quality and satisfaction*. Andi.
- Tony Sitinjak, M. (2019). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay. Jurnal Manajemen, 8(2), 27–39
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. Jurnal Ilmu Administrasi, 3(2), 96-102. Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. Jurnal Ilmu Administrasi, 3(2), 96-10