

## ABSTRAK

Go-Jek Indonesia berdiri pada tahun 2010 sebagai perusahaan penyedia jasa transportasi berbasis online. Perusahaan berjiwa sosial yang memimpin revolusi industry transportasi roda dua berbasis online yang telah tumbuh menjadi *on-demand mobile paltform* yang menyediakan berbagai layanan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *promotion*, *people*, dan *service quality* terhadap keputusan pembelian serta implikasinya pada kepuasan konsumen (studi kasus pada mahasiswa FEB dan FKIP Universitas Pasundan Bandung). Metode penelitian yang digunakan yaitu metode deskriptif dan verifikatif. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis jalur, analisis koefisien determinasi, uji hipotesis parsial dan simultan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan *promotion*, *people*, dan *service quality* terhadap keputusan pembelian serta implikasinya pada kepuasan konsumen secara simultan maupun parsial. Selain itu, pengaruh langsung antara *promotion*, *people* dan *service quality* terhadap kepuasan konsumen lebih besar dibandingkan dengan pengaruh tidak langsung, artinya bahwa keputusan pembelian merupakan variabel lemah dalam mempengaruhi variabel *promotion*, *people* dan *service quality* terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Promosi, Orang, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen.

## **ABSTRACT**

*Go-Jek Indonesia started in 2010 as a provider of online based transportation services. The social minded company that leads the online two wheeler transportation industry revolution that has grown to become an on-demand mobile platform that provides various services. This study aims to determine the effect of promotion, people, and service quality on purchasing decision and their implications on the customer satisfaction (case studies on FEB and FKIP Pasundan University Bandung). The research method used is descriptive and verification methods. The analytical method used is path analysis, analysis of the coefficient of determination, hypothesis test partial and simultaneous. The results indicate that there is a positive and significant influence on promotion, people, and service quality on purchasing decisions and their implications on customer satisfaction simultaneous or partial. In addition, the direct influence of the promotion, people and service quality on customer satisfaction greater than the indirect influence, meaning that purchasing decisions are weak variables in influencing promotion, people, and service quality towards consumer satisfaction*

*Keywords : Promotion, People, Service Quality, Purchase Decision and Customer Satisfaction.*