

## ABSTRAK

**Reza Maulana, Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Layanan Jasa Transportasi *Online* (Studi Kasus Pengguna Grab Di Kota Tasikmalaya): Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi.**

*Customer-oriented* merupakan salah satu strategi agar bisnis mampu tetap berjalan sehingga perusahaan dapat mencapai tujuannya pada kondisi pasar yang sangat dinamis. Salah satu cara mengatasi hal tersebut yaitu menciptakan konsumen loyal yang selalu melakukan pembelian ulang. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian ulang, yaitu harga dan kualitas pelayanan. Adapun rumusan masalah ini adalah sebagai berikut: 1) apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian ulang layanan jasa Grab? 2) apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian ulang layanan jasa Grab? 3) apakah terdapat pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian ulang layanan jasa Grab?

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Populasi penelitian adalah populasi infinit dan jumlah sampel sebanyak 96 sampel. Teknik analisa yang digunakan yaitu, koefisien korelasi dengan *product moment*, regresi sederhana dan ganda, koefisien determinasi serta uji signifikansi.

Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut 1) harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang dengan nilai  $r = 0,456$  dan persamaan regresi  $y = 21,887 + 0,417X_1$  serta signifikansi kurang dari 0,05 ( $<0,05$ ); 2) kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang dengan nilai  $r = 0,596$  dan persamaan regresi  $y = 0,340 + 0,550X_2$  serta nilai signifikansi kurang dari 0,05 ( $<0,05$ ); 3) harga dan kualitas secara simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang dengan nilai  $r = 0,605$  dan persamaan regresi  $y = 5,675 + 0,134X_1 + 0,570X_2$  serta nilai signifikansi kurang dari 0,05 ( $<0,05$ ).

Maka harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang layanan jasa Grab baik secara parsial maupun simultan, sehingga hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

**Kata kunci: Keputusan pembelian ulang, harga, kualitas pelayanan**

## ABSTRACT

**Reza Maulana, *The Influence Of Price And Service Quality On Repurchase Decision of Online Transportation Services (Grab User Case Study At Tasikmalaya): Sharia Economics Study Program, Islamic Fakultas, Siliwangi University***

*Consumer-oriented is one of the strategies so that businesses are able to keep going so that the company can achieve its goals amid the very dynamic market conditions where behavioural changes in consumers often occur. One way to overcome this is by creating loyal consumers who always make repeat purchases. There are several factors that influence repurchase decisions, namely price and quality of service. The formulation of this problem is as follows: 1) Is there an effect of price on repurchase Grab? 2) Is there an effect of service quality on repurchase Grab? 3) Is there an effect of price and service quality on repurchase Grab?*

*The research method used is a quantitative method with a correlation approach. The population in this study is the infinite population, so the number of samples taken is 96 samples. The analysis technique used is, correlation coefficient with product moment, simple and multiple regression, coefficient of determination and significance test.*

*The result of this study are as follows: 1) price has an effect on repurchase decisions with the value of  $r = 0,456$  and the regression equation  $y = 21,887 + 0,417 X_1$  and a significance value of less than 0,05 ( $<0,05$ ); 2) service quality has an effect on repurchase decisions with the value of  $r = 0,596$  and the regression equation  $y = 0,340 + 0,550 X_2$  and a significance value of less than 0,05 ( $<0,05$ ); 3) price and service quality has an effect on repurchase decisions with the value of  $r = 0,605$  and the regression equation  $y = 5,675 + 0,134X_1 + 0,570X_2$  and a significance value of less than 0,05 ( $<0,05$ ).*

*Then the price and quality of service have a positive and significant effect on decision on buy back services grab both partially and simultaneously, so the hypothesis  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted.*

*Keywords: Repurchase decision, price, service quality*