

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian makanan melalui platform pengantaran makanan, seperti ShopeeFood dan GoFood. Meningkatnya penggunaan layanan pesan antar makanan online dalam beberapa tahun terakhir, layanan pesan antar makanan online seperti ShopeeFood dan GoFood mengalami pertumbuhan yang signifikan di Indonesia. Hal ini didorong oleh kemudahan dan kenyamanan yang ditawarkan oleh layanan tersebut. Mahasiswa sebagai pengguna utama layanan pesan antar makanan online merupakan salah satu pengguna utama layanan pesan antar makanan online. Hal ini dikarenakan kesibukan dalam belajar dan kurangnya waktu untuk memasak. Adapun faktor Kualitas pelayanan, harga, dan promosi menjadi faktor pendukung dalam keputusan pembelian dalam memilih layanan pesan antar makanan online sehingga mahasiswa mempertimbangkan berbagai faktor, seperti kualitas pelayanan, harga, dan promosi yang ditawarkan.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan teknik sampling nonprobability, melibatkan partisipasi 250 responden sebagai pengguna potensial ShopeeFood dan GoFood. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik analisis regresi berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 27 untuk Windows.

Hasil penelitian bahwa kualitas pelayanan, harga, dan promosi secara parsial maupun secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ShopeeFood dan GoFood pada Mahasiswa di Bandung.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian, ShopeeFood, GoFood.