

## **ABSTRAK**

Dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih, perusahaan dituntut untuk dapat bersaing untuk membuat sebuah inovasi baru. Salah satunya perkembangan aplikasi dompet digital di Indonesia menunjukkan tren positif. Dompet digital adalah aplikasi elektronik yang dapat digunakan untuk membayar transaksi secara online. Dompet digital ini memperkenalkan masyarakat pada metode pembayaran *cashless* atau non-tunai yang praktis, lebih aman dan menguntungkan.

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui mengenai harga fitur OVO pada aplikasi GRAB terhadap minat beli ulang, mengetahui promosi fitur OVO pada aplikasi GRAB terhadap minat beli ulang dan mengetahui minat beli ulang terhadap fitur OVO pada aplikasi GRAB. Serta mengetahui pengaruh harga dan promosi baik secara parsial maupun simultan terhadap minat beli ulang pengguna konsumen OVO pada aplikasi GRAB di Bandung. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling*. Populasi penelitian merupakan konsumen pengguna OVO di kota Bandung dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa secara simultan, Harga dan Promosi terhadap minat beli ulang memiliki hubungan yang baik dengan minat beli ulang. Hasil dari koefisien determinasi dan uji hipotesis F menunjukkan bahwa Harga dan Promosi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Berdasarkan koefisien dan uji hipotesis t menunjukkan bahwa Harga dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.

**Kata Kunci : Harga, Promosi, dan Minat Beli Ulang**

## **ABSTRACT**

*To the development of increasingly sophisticated technology, companies are required to be able to compete by creating a new innovation. One of them is the development of digital wallet applications in Indonesia showing a positive trend. Digital wallet is an electronic application that can be used to pay for transactions online. This digital wallet introduces the public to practical, safer and more profitable cashless or non-cash payment methods.*

*The purpose of this study is to find out about the price of OVO features on the GRAB application to repurchase interest, to know the promotion of OVO features on the GRAB application to repurchase interest and to know the interest to repurchase OVO features on the GRAB application. As well as knowing the effect of prices and promotions both partially and simultaneously on the interest of repurchasing OVO consumer users on the GRAB application in Bandung. The types of research used in this study are descriptive and verification research. The sampling technique used is non probability sampling. The study population was consumers of OVO users in the city of Bandung with a total sample of 100 respondents.*

*Based on the results of the study it can be concluded that simultaneously, Price and Promotion of repurchase interest has a good relationship with repurchase interest. The results of the coefficient of determination and the hypothesis F test show that Price and Promotion together have a positive and significant effect on repurchase interest. Based on the coefficient and hypothesis test t shows that Price and Promotion have a positive and significant effect on repurchase interest.*

**Keywords:** *Price, Promotion, and Repurchase Interest*