

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN SECARA
ONLINE SAAT PANDEMI COVID -19
(KASUS FITUR GOFOOD)
(STUDI KASUS PADA PENGGUNA GOFOOD DI JAKARTA
TIMUR)**

*EFFECT ON THE PROMOTION AND QUALITY OF DECION
TO PURCHASE FOOD ONLINE PANDEMIC WHEN COVID-19
(CASE FEATURES GOFOOD)
(CASE STUDY ON USER IN EAST JAKARTA)*

Oleh
Rahmadani Savitri
2017410232

SKRIPSI



PROGRAM SARJANA FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS DARMA PERSADA

JAKARTA

2021

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN SECARA
ONLINE SAAT PANDEMI COVID -19**

(KASUS FITUR GOFOOD)

**(STUDI KASUS PADA PENGGUNA GOFOOD DI JAKARTA
TIMUR)**

***THE IMPACT OF PROMOTIONS AND COUNTERMEASURES
TO ONLINE FOOD THE DURING THE COVID -19 PANDEMIC
(CASE OF GOFOOD FEATURE)***

(CASE STUDY AT GOFOOD USER IN EAST JAKARTA)

Oleh

Rahmadani Savitri

2017410232

SKRIPSI

Telah di setujui oleh Dosen Pembimbing pada tanggal 22 Juli 2021



Drs. Fauzi Basyir, MM

Dosen Pembimbing

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN SECARA
ONLINE SAAT PANDEMI COVID -19**

(KASUS FITUR GOFOOD)

**(STUDI KASUS PADA PENGGUNA GOFOOD DI JAKARTA
TIMUR)**

***THE IMPACT OF PROMOTIONS AND COUNTERMEASURES
TO ONLINE FOOD THE DURING THE COVID -19 PANDEMIC
(CASE OF GOFOOD FEATURE)***

(CASE STUDY AT GOFOOD USER IN EAST JAKARTA)

Oleh

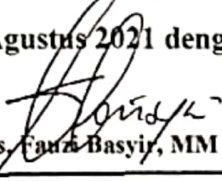
Rahmadani Savitri

2017410232

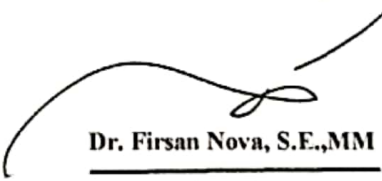
SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen Pada Universitas Darma Persada. Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal tertera dibawah ini


Jakarta, 04 Agustus 2021 dengan nilai B


Drs. Fauzi Basyir, MM


Dosen Pembimbing


Dr. Firsan Nova, S.E., MM

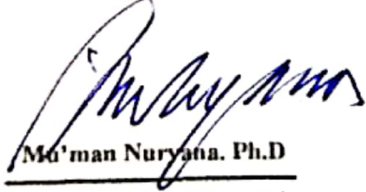
Penguji I


Ellena Nurfazria H, S.E., MM

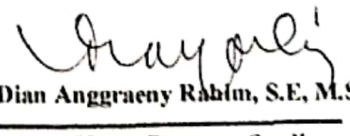
Penguji II


Drs. Fauzi Basyir, MM

Penguji III


Ma'man Nuryana, Ph.D

Dekan Fakultas Ekonomi


Dian Anggraeny Rahim, S.E., M.Si

Ketua Program Studi

LEMBAR PERNYATAAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rahmadani Savitri
NIM : 2017410232
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya ditulis dengan judul **Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Secara Online Saat Pandemi Covid 19 (Kasus Fitur Gofood) (Studi Kasus Pada Pengguna Gofood Di Jakarta Timur)** yang dibimbing oleh Bapak Drs. Fauzi Basyir M.M. selaku Dosen Pembimbing adalah benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan jiplakan maupun menyalin sebagian dari hasil karya orang lain.

Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan.

Jakarta, Juli 2021



Rahmadani Savitri

ABSTRAK

Penelitian ini diajukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) pengguna Gofood. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan cara memberikan kuesioner terhadap 100 responden yaitu masyarakat Jakarta Timur yang pernah menggunakan Gofood dengan menggunakan *purposive sampling* untuk mengetahui tanggapan responden terhadap masing-masing variabel yang terdapat dalam penelitian ini. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap keputusan pembelian makanan secara online saat pandemic covid 19 (kasus fitur Gofood). Besarnya pengaruh adalah 0,765 dimana sebesar 76,5 % keputusan pembelian Makanan di Gofood dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh Promosi dan kualitas pelayanan dan sisanya sebesar 23,5 % dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci : Promosi, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

ABSTRACK

This study proposed to find out how much influence Promotion (X1) and Service Quality (X2) have on purchasing decisions (Y) of Gofood users. The data collection method used in this study was by giving questionnaires to 100 respondents, namely the people of East Jakarta who had used Gofood by using purposive sampling to determine respondents, responses to each of the variable contained in this study. The analysis technique in this study uses multiple linear regression analysis. The result showed that there was a significant influence between promotion (X1) and service quality (X2) on online Food purchasing decisions during the Covid-19 pandemic (the case of the Gofood feature). The magnitude of the effect is 0,765 where 76,5% of food purchasing decisions at Gofood can be explained or influenced by promotion and service quality and the remaining 23,5% can be explained or influenced by other variables not examined.

keywords: Promotion, Service Quality, Purchase Deecision

KATA PENGATAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Secara *Online* Saat Pandemi Covid 19 (Kasus Fitur Gofood) (Studi Kasus Pada Pengguna Gofood Di Jakarta Timur)”**

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada. Penulis menyadari bahwa sepenuhnya penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh terbatasnya kemampuan penulis dalam menyerap semua ilmu yang diterima. Penulis berusaha semaksimal mungkin untuk menyajikan skripsi ini kepada pembaca sehingga memberikan manfaat bagi para pembaca. Dalam proses penyelesaian skripsi ini tidak akan dapat terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada berbagai pihak, diantaranya:

1. Bapak Drs.Fauzi Basyir, MM selaku Dosen pembimbing penulisan skripsi ini, terimakasih telah meluangkan waktu, membimbing, dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
2. Dukungan dari keluarga terutama, Mama dan Bapak, Kakak dan Adik saya yang selalu ada dan yang tiada hentinya dalam memberikan seluruh jiwa raga, tenaga, pikiran seta kasih sayangnya yang sangat amat besar kepada penulis.

3. Ibu Dian Anggraeni Rahim,SE,MSi selaku Ketua Jurusan Fakultas Pembimbing Akademik Universitas Darma Persada yang selalu memberikan beberapa masukan dan mendukung dalam menyelesaikan laporan skripsi ini
4. Bapak Dr.Ir.Mu'man Nuryana, M,Sc selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah memberikan ilmu dan pengetahuannya selama masa Pendidikan di tingkat Sarjana
6. Untuk Rofi ikhsan Saputra yang telah memberikan dukungan, dan membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Untuk semua anggota di Kamikaze (UKM Basket) yang selama ini menjadi keluarga saya di Univeristas Darma Persada dalam memecahkan masalah dan menghabiskan waktu Bersama.
8. Untuk sahabat saya melisa dan devi dan seluruh teman-teman angkatan 2017 Jurusan Manajemen yang memberikan masukan dan bimbingan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan

Dengan kerendahan hati, penulis menerima saran maupun kritik yang konstruktif dari siapapun. Walaupun skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Jakarta, Juli 2021

Penulis

Rahmadani Savitri

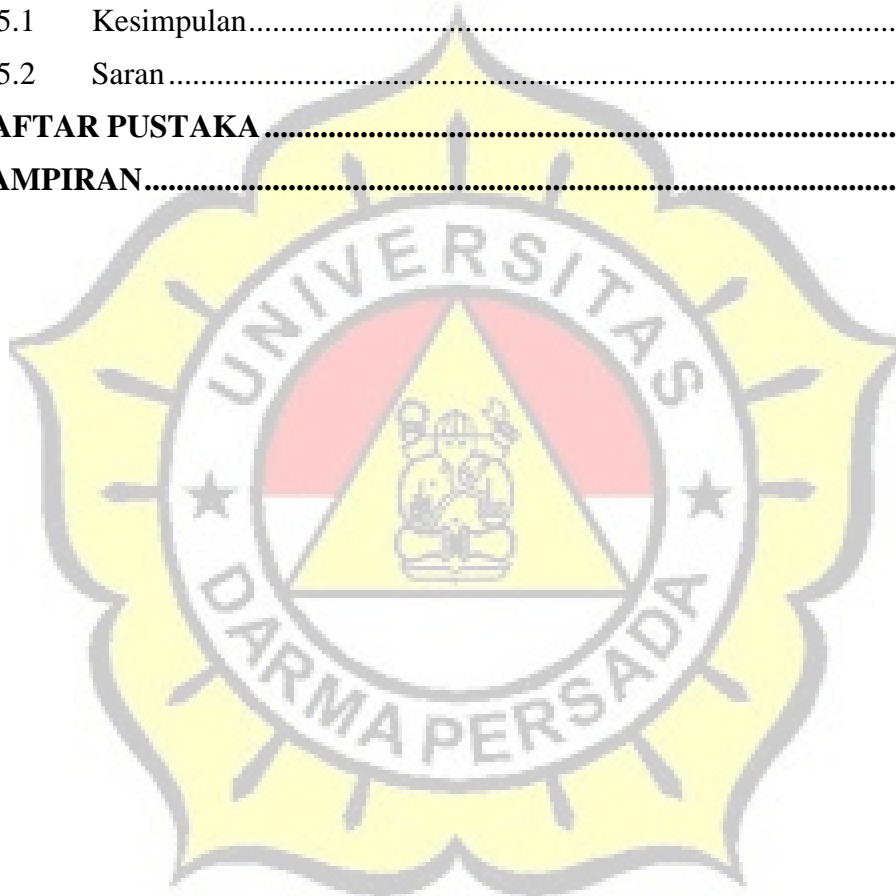
DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PERSETUJUAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACK	vii
KATA PENGATAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
TABEL GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Batasan Masalah.....	20
1.3 Rumusan Masalah	20
1.4 Kegunaan Penelitian.....	21
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA PIKIR, DAN HIPOTESIS	23
2.1 Landasan Teori	23
2.1.1 Manajemen Pemasaran	23
2.1.2 Strategi Pemasaran.....	25
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	26
2.1.4 Promosi	27
2.1.5. Kualitas Pelayanan.....	35
2.1.6 Keputusan Pembelian	40
2.1.7 Gofood (Gojek)	45
2.2 Penelitian Terdahulu.....	46
2.3 Kerangka Pemikiran	49
2.4. Hipotesis	51
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	53

3.1	Metode yang Digunakan.....	53
3.2	Waktu dan Tempat Penelitian	53
3.3	Operasional Variabel	54
3.4	Sumber dan Cara Penentuan Data / Informasi	59
3.4.1	Sumber dan Jenis Data.....	59
3.4.2	Cara Penentuan Data.....	60
3.6	Rencana Analisis dan Uji Hipotesis	65
3.6.1	Uji Keabsahan Data.....	65
3.6.2	Alat Analisis Data	66
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	70
BAB IV GAMBARAN UMUM DAN PEMBAHASAN PENELITIAN.....		74
4.1	Gambaran Umum <i>Gofood</i>	74
4.1.1	Profil <i>Gofood</i>	74
4.1.2	Cara menggunakan layanan <i>Gofood</i> dalam aplikasi Gojek	75
4.1.3	Sejarah Berdirinya Gojek.....	75
4.1.4	Jenis Layanan Jasa Pada Gojek.....	76
4.1.5	Logo Gojek	77
4.1.6	Visi dan Misi Gojek (<i>Gofood</i>).....	78
4.2	Perhitungan Responden.....	79
4.2.1	Perhitungan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	79
4.2.2	Perhitungan Responden Berdasarkan Usia	79
4.2.3	Perhitungan Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	80
4.2.4	Perhitungan Responden Berdasarkan Kecamatan	81
4.2.5	Perhitungan Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	83
4.2.6	Perhitungan Responden Berdasarkan Tingkat Pengeluaran	84
4.2.7	Perhitungan Responden Berdasarkan Alasan Menggunakan	85
4.2.8	Perhitungan Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan	86
4.3	Hasil Analisa Statistik Deskriptif Variabel	87
4.3.1	Pomosi	87
4.3.2	Kualitas Pelayanan.....	93
4.3.3	Keputusan Pembelian	107
4.4	Hasil Uji Validitas	112

4.4.1	Hasil Uji Validitas Promosi	112
4.4.2	Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	114
4.4.3	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	115
4.5	Uji Reliabilitas.....	116
4.5.1	Hasil Uji Reliabilitas Promosi	116
4.5.2	Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan.....	117
4.5.3	Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	118
4.6.	Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	118
4.6.1	Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	118
4.6.2	Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	119
4.7	Uji F (Simultan) Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	121
4.8	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	121
4.8.1	Uji Normalitas.....	121
4.8.2	Uji Multikolinieritas	123
4.8.3	Uji Heteroskedastisitas	124
4.8.4	Uji Autokorelasi.....	125
4.9	Analisis Regresi Linier Sederhana	126
4.9.1	Koefisien Determinasi (R^2).....	126
4.9.2	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	127
4.9.3	Analisis Korelasi Sederhana	128
4.10	Hasil Uji Hipotesis	129
4.10.1	Hasil Uji T (Parsial).....	129
4.11	Uji Asumsi Klasik	130
4.11.1	Uji Normalitas.....	130
4.11.2	Uji Heterodastitas.....	132
4.11.3	Uji Autokorelasi.....	133
4.12	Hasil Analisa Regresi Linier Sederhana	134
4.12.1	Hasil Koefisien Determinan (R^2).....	134
4.12.2	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian .	135
4.12.3	Analisa Korelasi Sederhana.....	136
4.13	Uji Hipotesis.....	136

4.13.1	Uji T (Parsial)	136
4.14	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	138
4.14.1	Uji Normalitas.....	138
4.14.2	Uji Heteroskedasitas	140
4.14.3	Uji Autokorelasi.....	140
4.15	Pembahasan Hasil Penelitian.....	141
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		145
5.1	Kesimpulan.....	145
5.2	Saran.....	146
DAFTAR PUSTAKA		147
LAMPIRAN.....		150



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand index (TBI)	5
Tabel 1.2 Ulasan Kualitas Pelayanan Gofood Melalui Appstore	15
Tabel 2.1 PenelitianTerdahulu	46
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	55
Tabel 3.2 Skala Likert	63
Tabel 3.3 Tingkat Koefisien Determinan (R^2)	69
Tabel 4.1 Jenis Layanan Jasa Pada Gojek.....	76
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	79
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Usia	80
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	81
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Kecamatan.....	82
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	83
Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pengeluaran.....	84
Tabel 4.8 Profil Responden Berdasarkan Alasan Menggunakan.....	85
Tabel 4.9 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Gofood 2 Bulan Terakhir.....	86
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 1	87
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 2	88
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 3	88
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 4	89
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 5	90
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 6	90
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 7	91
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 8	92
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 9	92
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 10	93
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 1	94
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 2	95
Tabel 4.22 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 3	95
Tabel 4.23 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 4	96
Tabel 4.24 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 5	97
Tabel 4.25 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 6	97
Tabel 4.26 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 7	98
Tabel 4.27 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 8	99
Tabel 4.28 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 9	99
Tabel 4.29 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 10	100
Tabel 4.30 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 11	101
Tabel 4.31 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 12	101

Tabel 4.32	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 13	102
Tabel 4.33	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 14	103
Tabel 4.34	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 15	103
Tabel 4.35	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 16	104
Tabel 4.36	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 17	105
Tabel 4.37	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 18	105
Tabel 4.38	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 19	106
Tabel 4.39	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 1	107
Tabel 4.40	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 2	108
Tabel 4.41	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 3	108
Tabel 4.42	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 4	109
Tabel 4.43	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 5	110
Tabel 4.44	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 6	110
Tabel 4.45	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 7	111
Tabel 4.46	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 8	112
Tabel 4.47	Hasil Uji Validitas Promosi	112
Tabel 4.48	Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan	114
Tabel 4.49	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	115
Tabel 4.50	Hasil Uji Reliabilitas Promosi	117
Tabel 4.51	Reliabilitas Kualitas Pelayanan	117
Tabel 4.52	Reliabilitas Keputusan Pembelian	118
Tabel 4.53	Hasil Koefisien Determinasi (R^2) Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	119
Tabel 4.54	Hasil Uji Regresi Berganda Coefficient Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan	120
Tabel 4.55	Hasil Uji F Perhitungan Anova Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	121
Tabel 4.56	Hasil Uji Normalitas Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	122
Tabel 4.57	Hasil Uji Multikolinieritas	124
Tabel 4.58	Hasil Uji Autokorelasi	126
Tabel 4.59	Hasil Koefisien Determinasi Promosi terhadap Keputusan Pembelian	126
Tabel 4.60	Hasil Koefisiensi pengaruh promosi terhadap Keputusan Pembelian	127
Tabel 4.61	Correlation	128
Tabel 4.62	Hasil Uji T Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	129
Tabel 4.63	Hasil Uji Normalitas Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	131
Tabel 4.64	Hasil Uji Autokorelasi	134

Tabel 4.65 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	134
Tabel 4.66 Hasil Koefisien Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	135
Tabel 4.67 Correlation	136
Tabel 4.68 Hasil Uji T Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	137
Tabel 4.69 Hasil Uji Normalitas Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	139
Tabel 4.70 Hasil Uji Autokorelasi	141
Tabel 4.71 Ringkasn Hasil Uji Hipotesis.....	141



TABEL GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia tahun 2019-2020	2
Gambar 1.2 Presentase Penggunaan Aplikasi Transportasi Online di Indonesia ..	3
Gambar 1.3 Logo GOJEK (2021)	4
Gambar 1.4 Aplikasi Gofood lebih unggul dibandingkan 3 pesaingnya	6
Gambar 1.5 Contoh media sosial yang dimiliki Gofood	9
Gambar 1.6 Promosi Gofood di aplikasi Gojek	10
Gambar 1.7 Fenomena mengenai promosi pada Gofood.....	11
Gambar 1.8 Review mengenai promosi pada Gofood	12
Gambar 1.9 Rata – Rata Persepsi Terkait Brand Layanan Pesan – Antar Makanan Online.....	13
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	50
Gambar 4.1 Logo GOJEK (2021)	77
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas.....	122
Gambar 4.3 Hasil Uji Heterokedastistas	125
Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas.....	131
Gambar 4.5 Hasil Uji Heterokedatistas.....	133
Gambar 4.6 Hasil Uji Normalitas.....	138
Gambar 4.7 Hasil Uji Heterokedastistas	140

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.....	150
Lampiran 2.....	158
Lampiran 3.....	163
Lampiran 4.....	169
Lampiran 5.....	175
Lampiran 6.....	189
Lampiran 7.....	192
Lampiran 8.....	195
Lampiran 9.....	199
Lampiran 10.....	207
Lampiran 11.....	210
Lampiran 12.....	214
Lampiran 13.....	217
Lampiran 14.....	220