



**PENGARUH PROMO DISKON GRABFOOD TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN**

(Survei terhadap followers Instagram @grabfoodid Periode Penelitian Juli 2019 –
Maret 2020)

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata (S-1)
Fakultas Ilmu Komunikasi bidang studi Digital Advertising & Marketing
Communication

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Disusun Oleh:
NABILAH QOLBI
44316010043

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
DIGITAL ADVERTISING & MARKETING COMMUNICATION
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
2020



UNIVERSITAS
NihRCU BUANA

Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nabilali Qolbi
NIM : 44316010043
Konsentrasi : Digital Advertising & Marketing Communication

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul **PENGARUH PROMO DISKON GRABFOOD TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Terhadap Followers Instagrami @,grabfood_id)** adalah mumi hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 20 Juli 2020
Yang membuat Pernyataan,



Pembimbing

(Yuni Tresnawati, M.Ikom)

Kabid. Studi. Advert & Marcomm

(Yuni Tresnawati, M.Ikom)



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **PENGARUH PROMO DISKON GRABFOOD TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**
(Survei Terhadap Followers Instagram @Grabfoodid).
Nama : Nabilah Qolbi
NIM : 44316010043
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Digital Advertising & Marketing Communication

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 20 Juli 2020

Mengetahui,

Dosen Pembimbing

(Yuni Tresnawati, M.Ikom)



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI


Judul : **PENGARUH PROMO DISKON GRABFOOD TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**
(Survei Terhadap Followers Instagram @Grabfoodid).
Nama : Nabilah Qolbi
NIM : 44316010043
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Digital Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 20 Juli 2020

Ketua Sidang
Dr. A. Rahman


(.....)

Penguji Ahli
Kurniawan P, M.Ikom


(.....)

Pembimbing
Yuni Tresnawati, M.Ikom


(.....)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **PENGARUH PROMO DISKON GRABFOOD TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**
(Survei Terhadap Followers Instagram @Grabfoodid).
Nama : Nabilah Qolbi
NIM : 44316010043
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Digital Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 20 Juli 2020
Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

Ketua Bidang Studi Digital Advertising & Marcomm



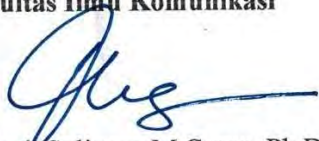
(Yuni Tresnawati, M.Ikom)



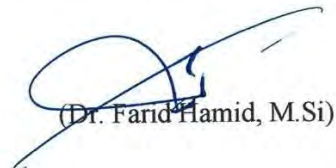
(Yuni Tresnawati M.Ikom)

**Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi**

**Ketua Program Studi
Fakultas Ilmu Komunikasi**



(Ponco Budi Sulisty, M.Comn, Ph.D)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Digital Advertising & Marketing Communication

Nabilah Qolbi

44316010043

Pengaruh Promo Diskon Grabfood Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Followers Instagram @grabfoodid).

Jumlah Halaman : 85 Halaman

Bibliografi : 23 acuan, Tahun 2006 - 2019

ABSTRAK

Dalam penelitian ini membahas tentang Pengaruh Diskon Grabfood Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Followers Instagram @grabfoodid). Dengan adanya perkembangan dunia teknologi, Ojek online kini berkembang menjadi jasa untuk pengiriman makanan. Di Indonesia sendiri, ada dua perusahaan Ojek Online yang salah satunya adanya bernama Grab dengan salah satu layanannya yaitu GrabFood. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah diskon yang menjelaskan tentang meningkatkan jumlah penjualan dan hasil penerimaan penjualan serta pangsa pasar perusahaan, perusahaan dapat memberikan potongan harga kepada pembeli. Penelitian ini juga menggunakan teori keputusan pembelian yang menjelaskan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode yang digunakan adalah metode survei, dan teknik penarikan sampel menggunakan Simple Random Sampling. Penelitian ini menunjukkan nilai t hitung yang diperoleh Dari hasil perhitungan pada Uji t yaitu t hitung (7,576) > t tabel (1,660). Dari hasil tersebut, bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yang artinya (H_0) ditolak dan (H_a) diterima dengan arti bahwa promo Grabfood berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan memiliki nilai korelasi 0,608 yang menunjukkan hubungan kuat antara dua variable dan dengan nilai koefisien determinasi sebesar 60,8%.

Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh promo diskon Grabfood terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Grabfood, Promo Diskon, Keputusan Pembelian.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas hadirat Allah SWT karena dengan segala karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan sebaik-baiknya dan tepat pada waktunya.

Dalam Skripsi yang berjudul “Promo Diskon Grabfood Terhadap Keputusan Pembelian” ini, penulis mengalami masa yang cukup sulit dalam penyelesaiannya, namun dengan adanya semangat dan dukungan dari sekitar memotivasi penulis untuk segera menyelesaikan Skripsi ini.

Di dalam proses pembuatan Skripsi ini, penulis masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu, penulis memerlukan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Yuni Tresnawati, M.Ikom. selaku dosen pembimbing, dan Ketua Bidang Studi Digital Advertising and Marketing omunication Terima kasih atas bimbingan dan arahan serta masukan kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan Skripsi ini dengan tepat waktu.
2. Bapak Ponco Budi Sulistyio, M.Comn, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi yang melaksanakan kepemimpinan dalam proses pembelajaran.
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si. selaku Ketua Progam Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan arahan, saran, serta nasihat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis.
4. Seluruh dosen-dosen dan staf Progam Studi Digital Advertising and Marcomm Universitas Mercu Buana.
5. Kepada kedua orang tua tercinta terimakasih selalu memberikan dukungan dan dorongan dari segi materi, mental, dan moral serta do'a.
6. Terimakasih kepada semua teman-teman saya yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang selalu mendukung saya.

Penulis sangat sadar sepenuhnya bahwa Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis berharap kritik dan saran dari berbagai pihak. Akhir kata dengan ketulusan dan rendah hati, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam Skripsi ini.



Jakarta, 19 Juni 2020

Nabilah Qolbi

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Akademis.....	5
1.4.2 Manfaat Praktis	5
1.4.3 Manfaat Sosial	6
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Kajian Teoritis	16
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	16
2.2.2 Promosi	17
2.2.3 Bauran Promosi (promotion mix).....	18
2.2.4 Promosi Penjualan (Sales Promotion)	19
2.2.5 Discount (Potongan harga)	20
2.2.5.1 Jenis-Jenis Potongan Harga	20
2.2.6 Perilaku Konsumen.....	21

2.2.7 Keputusan Pembelian	21
2.3 Hipotesis Teori	24
BAB III.....	25
METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1 Paradigma Penelitian	25
3.2 Metode Penelitian	25
3.3 Populasi dan Sampel	26
3.3.1 Populasi.....	26
3.3.2 Sampel	26
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	27
3.4 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep	27
3.4.1 Definisi Konsep	27
3.4.1.1 Potongan Harga (Discount)	28
3.4.1.2 Keputusan Pembelian	28
3.4.2 Operasionalisasi Konsep.....	28
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.5.1 Data Primer	33
3.5.2 Data Sekunder.....	34
3.5.3 Uji Validitas	34
3.5.4 Uji Reliabilitas	34
3.6 Teknik Analisis Data	35
3.6.1. Tahap penyuntingan (editing).....	35
3.6.2. Tahap pengkodean (coding).....	35
3.6.3 Analisis korelasi	36
3.6.4 Analisis Regresi Linier Sederhana	37
3.6.5 Uji Hipotesis Statistik	38
3.6.6 Uji Koefisien Determinasi	39
BAB IV	40
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	40
4.1.1 Sejarah dan Profil Perusahaan	40
4.2 Hasil Penelitian	43
4.2.1 Uji validitas dan uji reliabilitas	43

4.2.1.1 Uji Validitas.....	43
4.2.1.2 Uji Reliabilitas.....	44
4.2.2 Karakteristik responden	45
4.2.3 Variabel X.....	47
4.2.4 Variabel Y.....	53
4.2.5 Uji Korelasi.....	59
4.2.6 Uji Regresi Linier Sederhana	61
4.2.7 Uji Hipotesis Statistik	62
4.2.8 Uji Koefisien Determinasi	62
4.3 Pembahasan.....	63
KESIMPULAN DAN SARAN	67
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Saran	68
5.2.1 Saran Akademis.....	68
5.2.1 Saran Praktis.....	69
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN.....	72



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	7
Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran.....	24
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep	28
Tabel 3.2 Interperasi Koefisien Korelasi.....	36
Tabel 3.3 Nilai Koefisien Korelasi.....	37
Tabel 4.1 Uji Validitas Variabel X.....	44
Tabel 4.2 Uji Validitas Variabel Y.....	45
Tabel 4.3 Uji Reliabilitas Variabel X.....	45
Tabel 4.4 Uji Reliabilitas Variabel Y.....	46
Tabel 4.5 Frekuensi Jenis Kelamin	46
Tabel 4.6 Frekuensi Usia.....	47
Tabel 4. 7 Variabel X pengurangan harga pembayaran tagihan tunai	48
Tabel 4.8 Variabel X keuntungan pengurangan harga tagihan tunai	48
Tabel 4.9 Variabel X pengurangan harga pembelian produk dalam jumlah besar	49
Tabel 4.10 Variabel X pengurangan harga yang signifikan dengan pembelian produk dalam jumlah besar	49
Tabel 4.11 Variabel X ketertarikan pengurangan harga dari pihak ketiga.....	50
Tabel 4.12 Variabel X pengurangan harga dari pembayaran pihak ketiga	50
Tabel 4.13 Variabel X pembayaran dengan pihak ketiga lebih hemat.....	51
Tabel 4.14 Variabel X pengurangan harga saat musim tertentu	51
Tabel 4.15 Variabel X ketertarikan pengurangan harga saat musim tertentu	52
Tabel 4.16 Variabel X keuntungan pengurangan harga saat musim tertentu.....	52
Tabel 4.17 Variabel X ketertarikan pembayaran tunai atau non tunai.....	53

Tabel 4.18 Variabel X pengurangan harga dengan pembayaran tunai atau non tunai	54
Tabel 4.19 Variabel Y ketertarikan promo potongan harga Grabfood.....	54
Tabel 4.20 Variabel Y membutuhkan promo potongan harga Grabfood.....	54
Tabel 4.21 Variabel Y mengetahui promo potongan harga Grabfood	55
Tabel 4.22 Variabel Y ketertarikan mencari informasi potongan harga Grabfood	55
Tabel 4.23 Variabel Y pencarian informasi promo potongan harga Grabfood.....	56
Tabel 4.24 Variabel Y mudah menemukan informasi potongan harga Grabfood	56
Tabel 4.25 Variabel Y memproses informasi promo potongan harga Grabfood ..	57
Tabel 4.26 Variabel Y informasi potongan harga Grabfood mudah dimengerti	58
Tabel 4.27 Variabel Y melakukan pembelian setelah mendapatkan informasi promo potongan harga Grabfood.....	58
Tabel 4.28 Variabel Y keuntungan promo potongan harga Grabfood	59
Tabel 4.29 Variabel Y peninjauan kembalibdan kemandingkan promo potongan harga Grabfood dengan pesaing	59
Tabel 4.30 Variabel Y penggunaan kembali promo potongan harga Grabfood ...	60
Tabel 4.31 Uji Korelasi	61
Tabel 4.32 Uji Regresi	62
Tabel 4.33 Uji Hipotesis Statistik	63
Tabel 4.34 Uji Koefisien Determinasi.....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Promo Diskon Grabfood	3
Gambar 1.2 Promo Diskon di Instagram Grabfood	4
Gambar 4.1 Logo Grab.....	41
Gambar 4.2 Layanan Grab	42



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	71
Lampiran 2 Curriculum Vitae	76
Lampiran 3 Coding Sheet Variabel X.....	78
Lampiran 4 Coding Sheet Variabel Y.....	81



UNIVERSITAS
MERCU BUANA