

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *E-WORD OF MOUTH*,
PRICE DAN *E-PROMOTION* TERHADAP MINAT
KONSUMEN MENGGUNAKAN LAYANAN JASA *ONLINE*
FOOD DELIVERY (STUDI PADA GOFOOD)**

SKRIPSI



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Nama : Siti Mutopiah
NIM 43118110032

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2023

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *E-WORD OF MOUTH*,
PRICE DAN *E-PROMOTION* TERHADAP MINAT
KONSUMEN MENGGUNAKAN LAYANAN JASA *ONLINE*
FOOD DELIVERY (STUDI PADA GOFOOD)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Siti Mutopiah
NIM : 43118110032
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH E-SERVICE QUALITY, E-WORD OF MOUTH, PRICE DAN E-PROMOTION TERHADAP MINAT KONSUMEN MENGGUNAKAN LAYANAN JASA ONLINE FOOD DELIVERY (STUDI PADA GOFOOD)
Tanggal Sidang : 10/05/2023

Disahkan oleh :

Pembimbing


Dr. Janfry Sihite, S.E., MSM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 05232416



Please Scan QRCode to Verify

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Mutopiah

NIM : 43118110032

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 15 Mei 2023



Siti Mutopiah

NIM. 43118110032

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahkan rahmat dan karunia Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *e-Service Quality*, *e-Word of Mouth*, *Price* dan *e-Promotion* Terhadap Minat Konsumen Menggunakan Layanan Jasa *Online Food Delivery* (Studi Pada Gofood)”**. Skripsi ini merupakan syarat tugas untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, Khususnya Bapak Dr. Janfry Sihite, S.E, M.S.M selaku dosen pembimbing skripsi, yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan semangat yang tiada hentinya serta motivasi, saran, waktu luang selama bimbingan, sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti demi terselesaikannya skripsi ini dan dengan segala kerendahan hati penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah , M.Si, AK. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

3. Bapak Dudi Permana, MM, Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada peneliti.
5. Kedua orangtua tercinta Bapak dan Ibu motivasi terbesarku yang selalu memberikan doa, dorongan inspirasi dan pengertian yang tak ternilai harganya serta semua dukungan baik moril maupun materil.
6. Teman-teman seperjuangan dari keluarga yang selalu menjadi keluarga dekat selama di Universitas Mercu Buana.
7. Pihak-pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga proposal ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 15 Mei 2023



Siti Mutopiah
NIM: 43118110032

DAFTAR ISI

Keterangan	Halaman
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian	12
D. Kontribusi Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN	
 HIPOTESIS.....	14
A. Tinjauan Pustaka.....	14
1. Manajemen Pemasaran.....	14
a. Pengertian Manajemen Pemasaran	14
b. Fungsi Manajemen Pemasaran	15
c. Tujuan Manajemen Pemasaran.....	17
d. Bauran Pemasaran	19
2. Minat Konsumen.....	21
a. Pengertian Minat Konsumen	21
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli	
Konsumen.....	22

c. Aspek-Aspek Minat Beli	23
d. Model Stimuli AIDA.....	24
e. Dimensi dan Indikator Minat Konsumen	25
3. <i>E-service Quality</i>	26
a. Pengertian <i>E-service Quality</i>	26
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>E-service Quality</i>	27
c. Karakteristik <i>E-Service Quality</i>	28
d. Dimensi dan Indikator <i>E-Service Quality</i>	30
4. <i>Word of Mouth</i>	31
a. Pengertian <i>Word of Mouth</i>	31
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Word of Mouth</i>	32
c. Jenis-Jenis <i>Word of Mouth</i>	33
d. Dimensi dan Indikator <i>Word of Mouth</i>	33
5. <i>Price</i>	34
a. Pengertian <i>Price</i>	34
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga	33
c. Tujuan Penetapan Harga.....	37
d. Dimensi dan Indikator Harga.....	38
6. <i>Promotion</i>	39
a. Pengertian <i>Promotion</i>	39
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Promosi.....	40
c. Bauran Promosi.....	42
d. Dimensi dan Indikator <i>Promotion</i>	44
7. Penelitian Terdahulu	45
B. Pengembangan Hipotesis.....	50
1. Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap Minat Konsumen	50
2. Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap Minat Konsumen....	51
3. Pengaruh <i>Price</i> Terhadap Minat Konsumen.....	52
4. Pengaruh <i>Promotion</i> terhadap Minat Konsumen	53
5. Kerangka Konseptual.....	54
BAB III METODE PENELITIAN	55

A. Waktu dan Tempat Penelitian	55
B. Desain Penelitian.....	55
C. Definisi dan Operasional Variabel	55
1. Definisi Variabel.....	55
2. Operasional Variabel	57
D. Pengukuran Variabel	59
E. Populasi dan Sampel Penelitian	60
1. Populasi	60
2. Sampel.....	60
3. Teknik Sampling.....	61
F. Teknik Pengumpulan Data.....	61
G. Metode Analisis Data	62
1. Statistik Deskriptif	62
2. Uji Model Pengukuran atau <i>Outer Model</i>	63
3. Uji Model Struktural atau <i>Inner Model</i>	65
4. Uji Hipotesis	66
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	67
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	67
B. Statistik Deskriptif.....	69
1. Deskripsi Responden	69
2. Deskripsi Variabel	72
C. Hasil Uji Analisis Data <i>Partial Least Square (PLS)</i>	77
1. Evaluasi Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	78
2. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	87
D. Pembahasan Hasil Penelitian	91
1. Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap Minat Konsumen .	92
2. Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap Minat Konsumen	93
3. Pengaruh <i>Price</i> Terhadap Minat Konsumen	94
4. Pengaruh <i>Promotion</i> terhadap Minat Konsumen	95
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	97
A. Kesimpulan	97

B. Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN.....	106



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Layanan Antar Makanan	4
1.2	Ulasan Negatif Pelayanan Gofood Melalui Appstore	5
1.3	Perbandingan Harga Go-food dan Grab Food di Jakarta Utara.....	7
1.4	Hasil Pra Survei	8
2.1	Penelitian Terdahulu	45
3.1	Definisi Operasionalisasi Variabel <i>E-Service Quality</i>	57
3.2	Definisi Operasionalisasi Variabel <i>Word of Mouth</i>	58
3.3	Definisi Operasionalisasi Variabel <i>Price</i>	58
3.4	Definisi Operasionalisasi Variabel <i>Promotion</i>	58
3.5	Definisi Operasionalisasi Variabel Minat Konsumen	59
3.6	Skala Likert	59
4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
4.2	Responden Berdasarkan Usia.....	70
4.3	Responden Berdasarkan Pekerjaan	70
4.4	Responden Berdasarkan Pengeluaran	71
4.5	Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>E-Service Quality</i>	72
4.6	Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Word of Mouth</i>	73
4.7	Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Price</i>	74
4.8	Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Promotion</i>	75
4.9	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Minat Konsumen	76
4.10	Hasil pengujian <i>Convergent Validity</i>	79
4.11	Hasil pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi)	81
4.12	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> (<i>Cross loadings</i>).....	83
4.13	Hasil Pengujian <i>Average Variant Extracted</i> (AVE)	84
4.14	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> (<i>Fornell Lacker Criterium</i>)	85
4.15	Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	86

4.16	Nilai R^2 Variabel Endogen	87
4.17	Hasil <i>Predictive Relevance</i> (Q^2).....	88
4.18	Hasil Pengujian Hipotesis	89



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Alasan Memesan Online Food Delivery	2
1.2	Pengguna Jasa <i>E-commerce</i>	4
2.1	Kerangka Konseptual	54
4.1	Kategorisasi menu Go-Food	68
4.2	Hasil Algoritma PLS	79
4.3	Hasil Algoritma PLS (Modifikasi).....	81
4.4	Hasil Uji <i>Boostrapping</i>	91



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner	106
2	Karakteristik Responden	111
3	Jawaban Responden	115
4	Hasil PLS.....	134

