

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS LAYANAN DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GOFOOD**

**SKRIPSI**



**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**  
Nama : Fanny  
NIM : 43117010144

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2021**

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS LAYANAN DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GOFOOD**

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



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Nama : Fanny

NIM : 43117010144

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2021**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fanny  
NIM : 43117010144  
Program Studi : SI 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 (penjiplak).

Demikian pernyataan ini, saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 13 Oktober 2021



(Fanny)

Nim: 43117010144

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Fanny  
NIM : 43117010144  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Gofood  
Tanggal Sidang : 13 Oktober 2021

Disahkan oleh :

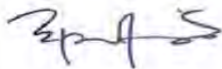
Pembimbing



Arief Bowo Prayoga Kasmu, Ph.D

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

LPTA 11210721



Please Scan ORCode to Verify

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. Responden pada penelitian ini adalah Konsumen Gofood. Penelitian ini dilakukan terhadap 160 responden dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Analisis data yang digunakan adalah tehnik *PLS (Partial Least Square)* melalui *software* statistik SmartPLS 3. Berdasarkan uji t statistik yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa: 1) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, ini dibuktikan dengan T statistik > T tabel ( $2,626 > 1,96$ ) 2) Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, ini dibuktikan dengan T statistik > T tabel ( $2,266 > 1,96$ ) 3) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, ini dibuktikan dengan T statistik > T tabel ( $5,078 > 1,96$ ). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Melalui Gofood.

**Kata Kunci : Promosi, Kualitas Layanan, Harga, Keputusan Pembelian**



## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of Promotion, Service Quality and Price on purchasing decisions. Respondents in this study were Gofood customers. This research was conducted on 160 respondents using quantitative approach. Analysis of the data used is the PLS (Partial Least Square) technique through the SmartPLS 3 statistical software. Based on the statistical t test conducted. it can be concluded that: 1) promotion has a positive and significant effect on purchase decisions, this is evidenced by T statistic > T tabel (2,626 > 1,96) 2) service quality has a positive and significant effect on purchase decisions, this is evidenced by T statistic > T tabel (2,266 > 1,96) 3) price has a positive and significant effect on purchase decisions, this is evidenced by T statistic > T tabel (5,078 > 1,96). The results of this study indicate that Promotion has a positive and significant effect on Purchase Decisions, Service Quality has a positive and significant effect on Purchase Decisions, Price has a positive and significant effect on Purchase Decisions via Gofood.*

**Keywords: Promotion, Service Quality, Price, Purchase Decision**



## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum, Wr.Wb

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya kepada peneliti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul penelitian “Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Gofood” ini dapat terselesai dengan baik. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Peneliti menyadari sabagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari keasalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khusus nya Bapak Arief Bowo Prayoga Kasmu, SE., MM, Ph.D selaku dosen pembimbing skripsi atas bantuan, bimbingan, saran, waktu, motivasi, serta pengetahuan yang sangat bermanfaat kepada penulis sehingga skripsi ini dapat tersusun.

Selama proses penelitian dan penyusunan skripsi ini, peneliti banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik dari segi bimbingan, saran, maupun dorongan moril serta materil sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti ucapkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah mencurahkan anugerah-Nya dan dengan segala kerendahan hati peneliti ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip selaku Rektor Universitas Mercu Buana Jakarta.
2. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta.
3. Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta
4. Seluruh Dosen dan Staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
5. Kedua orang tua saya tercinta Ayah (Zul Efendi Piliang) dan Mama (Kalpana Karti) serta adik-adik saya Jihan Asri Zaskia dan Muthia Fadhilah adalah motivasi terbesar saya yang selalu memberikan doa, semangat, dukungan yang tiada hentinya.
6. Sahabat dan teman “Penghuni Kos Dici” Dici, Dini, Nada, Mutzalifah, Alfriza, Syifa, Ega, dan Odet. Terima kasih atas waktu, doa, saran, dan dukungan selama ini dari awal semester hingga saat ini tiada hentinya memberikan hal-hal positif.
7. Dan seluruh temen-temen angkatan 2017 Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang tidak saya sebutkan namanya satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.



Dengan kerendahan hati, penulis menyadari bahwa penulis skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena nya, mohon saran yang membangun dari segenap pembaca, sehingga diharapkan demi perbaikan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga penelitian ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya. Akhirnya kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam penelitian ini.



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian .....	11
D. Kontribusi Penelitian .....	12
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....</b>	<b>13</b>
A. Kajian Pustaka .....	13
1. Pemasaran .....	13
2. Manajemen Pemasaran .....	14
3. Keputusan Pembelian .....	18
4. Promosi .....	21
5. Kualitas Layanan .....	24
6. Harga.....	27
B. Penelitian Terdahulu .....	31
C. Kerangka Penelitian .....	34
D. Hipotesis .....	35
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	38
B. Desain Penelitian .....	38

C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	38
1. Definisi Variabel .....	38
2. Operasionalisasi Variabel.....	39
D. Skala Pengukuran Variabel.....	41
E. Populasi dan Sampel Penelitian .....	42
F. Metode Pengumpulan Data .....	43
G. Metode Analisis Data .....	44
1. Analisis Deskriptif IBM SPSS Statistic 23 .....	44
2. Uji Instrumen .....	45
3. <i>Structural Equation Model – Partial Least Square</i> (SmartPLS 3.0).....	46
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>50</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50
B. Statistik Deskriptif .....	51
1. Deskripsi Responden.....	51
2. Deskripsi Variabel.....	53
C. Metode Analisis Data <i>Partial Least Square (PLS)</i> .....	57
1. Pengujian Uji Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	58
2. Pengujian Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	69
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	73
1. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	73
2. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian.....	74
3. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	74
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>76</b>
A. Kesimpulan .....	76
B. Saran .....	77
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>79</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>82</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Perbandingan Gofood dan Grabfood.....	6
Tabel 1. 2	Perbandingan Harga Online dan Offline.....	7
Tabel 1. 3	Hasil Pra Survey.....	10
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu .....	32
Tabel 3. 1	Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian.....	39
Tabel 3. 2	Operasional Variabel Promosi .....	40
Tabel 3. 3	Operasional Variabel Kualitas Layanan.....	40
Tabel 3. 4	Operasional Variabel Harga .....	41
Tabel 3. 5	Skala Pengukuran.....	42
Tabel 3. 6	Pedoman Kategorisasi Rata-rata Skor Penilaian Responden .....	45
Tabel 4. 1	Jenis Kelamin Responden .....	51
Tabel 4. 2	Usia Responden.....	52
Tabel 4. 3	Pekerjaan Responden .....	53
Tabel 4. 4	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Promosi.....	53
Tabel 4. 5	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Layanan .....	54
Tabel 4. 6	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Harga .....	55
Tabel 4. 7	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian .....	56
Tabel 4. 8	Hasil Pengujian Convergent Validity.....	60
Tabel 4. 9	Hasil Pengujian Convergent Validity (Modifikasi) .....	63
Tabel 4. 10	Hasil Pengujian Convergent Validity Dimensi.....	64
Tabel 4. 11	Hasil Uji Discriminant Validity (Cross Loading).....	65
Tabel 4. 12	Hasil Uji Discriminant Validity (Fornell Larcker Criterion) .....	66
Tabel 4. 13	Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE).....	67
Tabel 4. 14	Hasil Pengujian Composite Reliability dan Cronbach's Alpha .....	68
Tabel 4. 15	Hasil Uji Nilai R-Square (R <sup>2</sup> ) .....	69
Tabel 4. 16	Hasil Pengujian Hipotesis .....	71

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Internet di Indonesia .....	2
Gambar 1. 2 Persentase Pengguna Aplikasi Transportasi Online Indonesia .....	4
Gambar 1. 3 Hasil Pra Survey .....	10
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....	34
Gambar 4. 1 Hasil Algoritma PLS .....	59
Gambar 4. 2 Hasil Algoritma PLS (Modifikasi) .....	62
Gambar 4. 3 Hasil Algoritma Dimensi .....	64
Gambar 4. 4 Hasil Uji Bootstrapping .....	72



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pra Survey.....	82
Lampiran 2 Kuisisioner .....	83
Lampiran 3 Hasil Karakteristik Responden .....	91
Lampiran 4 Karakteristik Jawaban Responden.....	92
Lampiran 5 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model).....	95
Lampiran 6 Evaluasi Model Struktural (Inner Model) .....	102

