

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PROMOSI DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
MENGUNAKAN LAYANAN PESAN-ANTAR MAKANAN  
ONLINE**

(Studi Pada Aplikasi Grab Fitur Grab Food Di Wilayah DKI Jakarta)

**SKRIPSI**



**NIM : 43119010324**

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

**2023**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PROMOSI DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
MENGUNAKAN LAYANAN PESAN-ANTAR MAKANAN  
ONLINE**

(Studi Pada Aplikasi Grab Fitur Grab Food Di Wilayah DKI Jakarta)

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana

Jakarta



Nama : Putri Permata Sari

Nim : 43119010324

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

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri Permata Sari

Nim : 43119010324

Program Studi : Manajemen S1

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).

Jakarta, 26 Juni 2023



Putri Permata Sari

NIM. 43119010324

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Putri Permata Sari

NIM : 43119010324

Program Studi : S1 Manajemen

Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PROMOSI DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN LAYANAN PESAN-ANTAR MAKANAN ONLINE (Studi Pada Aplikasi Grab Fitur Grab Food Di Wilayah DKI Jakarta)

Tanggal Sidang: 21 September 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. H. Sonny Indrajaya, M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

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

Dudi Permana, Ph.D

LPTA 09232924



Please Scan QRCode to Verify

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana di Universitas Mercu Buana Jakarta dengan judul **“Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Layanan Pesan-Antar Makanan Online”**.

Peneliti menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Dr H. Sonny Indrajaya., MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan semangat yang tiada hentinya, motivasi, saran, serta waktu luang selama bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti demi terselesaikannya skripsi penelitian ini.

Selama proses penelitian dan penyusunan skripsi penelitian ini, peneliti banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik dari segi bimbingan, saran, maupun dorongan moril serta materil sehingga proposal penelitian 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. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dudi Permana, MM, Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

4. Eri Marlapa, SE., MM selaku Sekretaris I Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
5. Dr. Rina Astini, MM selaku dosen metodologi penelitian yang telah sabar membimbing, mengarahkan, dan memberikan semangat dan memotivasi kepada peneliti.
6. Kedua orangtua tercinta Bapak Rustam Lubis dan Ibu Dewi Rumala serta adik laki-lakiku tersayang Rajendra Daniyal Ramadhan motivasi terbesarku yang selalu memberikan doa, dorongan inspirasi dan pengertian yang tak ternilai harganya serta semua dukungan baik moril maupun materil.
7. Keluarga kecil tercinta Angga Fadillah Sidik, Muhammad Argana Leondra, dan Kai Beryl Albara kekuatan dan dukungan tak tergantikan. Terima kasih atas kesabaran dan pengertian kalian saat peneliti sibuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabat dan teman seperjuangan Elvina Buratu Siva dan Cucuk Juarsih Terima kasih sudah memberikan semangat, motivasi, doa serta membantu dalam penyusunan skripsi ini, semangat selalu semoga kita sukses bersama dan kita selalu dalam lindungan Allah SWT.
9. 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.

Dengan kerendahan hati, peneliti menyadari bahwa penulisan 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. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam penelitian ini.

Jakarta, 26 Juni 2023

Putri Permata Sari

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i	
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....	ii	
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii	
ABSTRAK.....	iv	
ABSTRACT .....	v	
KATA PENGANTAR .....	vi	
DAFTAR ISI .....	viii	
DAFTAR TABEL.....	xi	
DAFTAR GAMBAR .....	xii	
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii	
<b>BAB I</b>	<b>PENDAHULUAN</b>	
	A. Latar Belakang Penelitian .....	1
	B. Rumusan Masalah .....	11
	C. Tujuan Penelitian.....	11
	D. Kontribusi Penelitian.....	12
<b>BAB II</b>	<b>KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS</b>	
	A. Kajian Pustaka.....	13
	1. Pemasaran .....	13
	2. Manajemen Pemasaran .....	14
	3. Pemasaran Jasa .....	15
	4. Kualitas Layanan .....	15
	5. Promosi .....	17
	6. Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ) .....	21
	7. Keputusan Pembelian .....	26
	8. Penelitian Terdahulu .....	34
	B. Pengembangan Hipotesis.....	42
	1. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Layanan Pesan-Antar Makanan Online .....	42
	2. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Layanan Pesan-Antar Makanan Online .....	42

3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Layanan Pesan-Antar Makanan Online .....	42
---	----

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	45
B. Desain Penelitian .....	45
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel .....	46
1. Definisi Variabel .....	46
2. Operasional Variabel .....	46
D. Skala Pengukuran Variabel .....	49
E. Populasi dan Sampel Penelitian .....	50
1. Populasi Penelitian .....	50
2. Sampel Penelitian .....	51
F. Jenis dan Data Penelitian .....	52
G. Teknik Pengumpulan Data .....	52
H. Teknik Analisis Data .....	53
1. <i>IBM SPSS Statistic 25</i> .....	54
2. Uji Instrumen .....	55
3. Analisis PLS ( <i>Partial Least Square</i> ) .....	55
4. Tahapan Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS) .....	56

### **BAB IV**

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	63
1. Profil Perusahaan Grab .....	63
2. Model Bisnis Grab Food .....	64
3. Struktur Organisasi Grab Food .....	66
4. Mitra Restoran .....	68
5. Proses Pemesanan dan Pengiriman .....	70
6. Teknologi dan Sistem .....	72
7. Keamanan dan Perlindungan Data .....	73
8. Penanganan Masalah dan Keluhan .....	75
B. Statistik Deskriptif .....	76
1. Deskripsi Responden .....	77
2. Deskripsi Variabel .....	79



C. Hasil Analisis Data PLS ( <i>Partial Least Square</i> ).....	83
1. Evaluasi Uji Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> )....	84
2. Pengujian Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	96
D. Pembahasan Hasil Penelitian .....	100
1. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian .....	100
2. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian .....	101
3. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	102
<b>BAB V</b>	
<b>SIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Simpulan .....	103
B. Saran.....	104
1. Saran Praktis.....	104
2. Saran Akademis.....	105
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>107</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>111</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1	Tabel Pra Survei	8
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel Kualitas Layanan	47
Tabel 3.2	Definisi Operasional Variabel Promosi	48
Tabel 3.3	Definisi Operasional Variabel Citra Merek	48
Tabel 3.4	Definisi Operasional Variabel Keputusan Pembelian	49
Tabel 3.5	Instrumen Skala Likert	50
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden	77
Tabel 4.2	Usia Responden	77
Tabel 4.3	Pekerjaan Responden	78
Tabel 4.4	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Layanan	79
Tabel 4.5	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Promosi	80
Tabel 4.6	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Citra Merek	81
Tabel 4.7	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	82
Tabel 4.8	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	85
Tabel 4.9	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi I)	87
Tabel 4.10	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi II)	89
Tabel 4.11	Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	91
Tabel 4.12	Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> ( <i>Cross Loading</i> )	92
Tabel 4.13	Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	93
Tabel 4.14	Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> ( <i>Fornell Lacker Criterion</i> )	94
Tabel 4.15	Hasil Uji <i>Cronbach's Alpha</i>	95
Tabel 4.16	Hasil Uji <i>Composite Reliability</i>	95
Tabel 4.17	Hasil Uji Nilai <i>R-Square</i> ( $R^2$ )	96
Tabel 4.18	Hasil Pengujian Hipotesis	98

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Gambar 1.1	Hasil Riset Independen Foodizz dan Deka Insight	3
Gambar 1.2	Hasil Digital Riset Snapcart Indonesia	4
Gambar 1.3	Hasil Digital Riset Snapcart Indonesia	5
Gambar 2.1	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	26
Gambar 2.2	Rerangka Pemikiran	43
Gambar 3.1	Tahapan Analisis Menggunakan PLS	56
Gambar 4.1	Hasil Algoritma PLS <i>Outer Loading</i>	85
Gambar 4.2	Hasil Algoritma PLS <i>Outer Loading</i> (Modifikasi I)	87
Gambar 4.3	Hasil Algoritma PLS <i>Outer Loading</i> (Modifikasi II)	89
Gambar 4.4	Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	99



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1	Kuesioner Penelitian	111
2	Hasil Olah Data	117
3	Jawaban Responden	126

