ANALISIS PENGARUH E-SERVICE QUALITY, POTONGAN HARGA, DAN PENGARUH SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI APLIKASI SHOPEEFOOD: IMPLIKASI TERHADAP KEBERLANJUTAN BISNIS DIGITAL

SKRIPSI

Nama: Muhammad Fadlu Rohman Ar'roofi
NIM : 43119010236

UNIVERSITAS MERCU BUANA

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2025

https://lib.mercubuana.ac.id

ANALISIS PENGARUH E-SERVICE QUALITY, POTONGAN HARGA, DAN PENGARUH SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI APLIKASI SHOPEEFOOD: IMPLIKASI TERHADAP KEBERLANJUTAN BISNIS DIGITAL

SKRIPSI

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
TERAKREDITASI UNGGUL
UNIVERSITAS MERCU BUANA

Disusun Oleh:
Muhammad Fadlu Rohman Ar'roofi
43119010236

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2025

https://lib.mercubuana.ac.id

SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Fadlu Rohman Ar'roofi

NIM : 43119010236

Progam Studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa Skripsi ini murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenakan sanksi pembatalan Skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (Penjiplakan). Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 1 Januari 2025

Muhammad Fadlu Rohman Ar'roofi
43119010236

https://lib.mercubuana.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama	:	Muhammad Fadlu Rohman Ar'Roofi
NIM	:	43119010236
Program Studi	:	S1 Manajemen
Judul Skripsi	:	Analisis Pengaruh E-Service Quality, Potongan Harga, Dan Pengaruh Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Aplikasi Shopeefood: Implikasi Terhadap Keberlanjutan Bisnis Digital
Tanggal Sidang	:	11 Februari 2025

Disahkan oleh :

Pembimbing

Dr. Eri Marlapa, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis	Ketua Program Studi S1 Manajemen
Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA	Dudi Permana, Ph.D

LPTA-02254709

Scan QR or click here to Verification

https://lib.mercubuana.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Analisis Pengaruh E-Service Quality, Potongan Harga, Dan Pengaruh Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Aplikasi Shopeefood: Implikasi Terhadap Keberlanjutan Bisnis Digital. Populasi dalam penelitian ini mencakup konsumen yang telah menggunakan layanan ShopeeFood dan berdomisili di wilayah DKI Jakarta, dengan jumlah sampel sebanyak 145 responden. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan perangkat lunak SmartPLS. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa kualitas layanan elektronik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu, potongan harga juga menunjukkan dampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Demikian pula, faktor sosial terbukti berkontribusi secara positif dan signifikan dalam memengaruhi keputusan pembelian. Berdasarkan temuan tersebut, disarankan agar ShopeeFood mempertahankan dan memperluas program potongan harga dalam jangka waktu yang lebih panjang, terutama pada merchant dengan rating tinggi dan tingkat preferensi konsumen yang kuat. Strategi ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran serta loyalitas konsumen dalam menggunakan aplikasi ShopeeFood secara berkelanjutan.

Kata kunci: Kualitas Layanan Elektronik, Potongan Harga, Faktor Sosial, Keputusan Pembelian

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

https://lib.mercubuana.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of E-Service Quality, Price Discounts, and Social Influence on Purchase Decisions in the ShopeeFood Application: Implications for Digital Business Sustainability. The population in this study includes consumers who have used ShopeeFood services and reside in the DKI Jakarta area, with a sample size of 145 respondents. Data analysis was conducted using the Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method with the SmartPLS software. The findings reveal that e-service quality has a positive and significant effect on purchase decisions. Additionally, price discounts also demonstrate a positive and significant impact on purchase decisions. Similarly, social influence is proven to contribute positively and significantly to purchase decisions. Based on these findings, it is recommended that ShopeeFood maintain and expand its discount programs over a longer period, particularly for merchants with high ratings and strong consumer preference. This strategy is expected to enhance consumer awareness and loyalty in using the ShopeeFood application sustainably.

Keywords: E-Service Quality, Discounts, Social Influence, Purchase Decisions

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

https://lib.mercubuana.ac.id

KATA PENGANTAR

Penulis panjatkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kasih karuniaNya telah memberikan penulis kesehatan dan berkat dalam menyusun skripsi yang berjudul **"Analisis Pengaruh E-Service Quality, Potongan Harga, Dan Pengaruh Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Aplikasi Shopeefood: Implikasi Terhadap Keberlanjutan Bisnis Digital",** sehingga dapat berjalan dengan lancar dan selesai tepat waktu. Proposal skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis 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. Eri Marlapa, SE, MM., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan semangat yang tiada hentinya, motivasi, saran, serta waktu luang selama bimbingan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis secara langsung maupun tidak langsung selama proses penyusunan skripsi ini kepada:

https://lib.mercubuana.ac.id

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M. Eng., MT selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si. Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
3. Bapak Dr. Dudi Permana, Ph.D selaku Ketua Program Studi S 1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
4. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
5. Kedua orangtua dan adik penulis yang selalu memberikan semangat dan mendukung penulis baik dalam situasi sulit dan senang serta membantu penulis melewati segala masalah yang ada hingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.

Jakarta, 21 Desember 2024

Muhammad Fadlu Rohman Ar'roofi

UNIVERSITAS MERCU BUANA

https://lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI iii
ABSTRAK iv
ASBTRACT v
KATA PENGANTAR vi
DAFTAR ISI viii
DAFTAR TABEL xi
DAFTAR GAMBAR xii
DAFTAR LAMPIRAN xiii
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang Penelitian 1
B. Rumusan Masalah Penelitian 13
C. Tujuan Penelitian 14
D. Kontribusi Penelitian 14
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS 16
A. Kajian Pustaka 16
1. Manajemen Pemasaran 16
2. Perilaku Konsumen 17
3. Keputusan Pembelian 21
4. *E-Service Quality* 25
5. Potongan Harga 27
6. Pengaruh Sosial 30
7. Sustainable Development Goals (SDGs) 32
B. Penelitian Terdahulu 37
C. Kerangka Konseptual 40
D. Pengembangan Hipotesis 42
1. Pengaruh *E-Service Quality* terhadap Keputusan Pembelian 42
2. Pengaruh Potongan Harga terhadap Keputusan Pembelian 42
3. Pengaruh Sosial terhadap Keputusan Pembelian 43

UNIVERSITAS MERCU BUANA

https://lib.mercubuana.ac.id

BAB III METODE PENELITIAN 45
A. Waktu dan Tempat Penelitian 45
1. Waktu Penelitian 45
2. Tempat Penelitian 45
B. Desain Penelitian 45
C. Definisi dan Operasionalisai Variabel 46
1. Definisi Variabel 46
2. Operasionalisasi Variabel 48
D. Skala Pengukuran 50
E. Populasi dan Sampel Penelitian 51
1. Populasi Penelitian 51
2. Sampel Penelitian 51
F. Teknik Pengumpulan Data 52
1. Cara mengumpulkan Data 52
2. Teknik Pengumpulan Data 53
3. Instrumen Pengumpulan Data 53
4. Jenis Data 53
G. Metode Analisis Data 53
1. Analisis Deskriptif 54
2. Pengujian Instrumen Penelitian 54
3. Analisis Partial Least Square 56
4. Langkah-Langkah Pengujian Analisis *Partial Least Square* 57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 61
A. Gambaran Umum Objek Penelitian 61
B. Analisis Deskriptif 62
1. Deskripsi Responden 62
2. Deskripsi Variabel 65
C. Analisa Data 70
1. *Component Based Structural Modelling* 70
2. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*) 70
3. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*) 77
D. Pembahasan Hasil Penelitian 83

https://lib.mercubuana.ac.id

1. *E-Service Quality* terhadap Keputusan Pembelian 83
2. Potongan Harga terhadap Keputusan Pembelian 84
3. Pengaruh Sosial terhadap Keputusan Pembelian 85
BAB V SIMPULAN DAN SARAN 88
A. Kesimpulan..... ..88
B. Saran.....89
DAFTAR PUSTAKA 92
LAMPIRAN 95

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

https://lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pangsa Pasar dan Nilai Transaksi 7
Tabel 1.2 Hasil Pra Survey 8
Tabel 1.3 Reseach Gap 12
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 37
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Keputusan Pembelian 48
Tabel 3.2 Definisi Operasional *E-Service Quality* 49
Tabel 3.3 Definisi Operasional Potongan Harga 49
Tabel 3.4 Definisi Operasional Pengaruh Sosial 50
Tabel 3.5 Skala Penilaian Kuesioner 51
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 63
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia 63
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir 64
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan 65
Tabel 4.5 Hasil Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian 66
Tabel 4.6 Hasil Deskripsi Variabel *E-Service Quality* 67
Tabel 4.7 Hasil Deskripsi Variabel Potongan Harga 68
Tabel 4.8 Hasil Deskripsi Variabel Pengaruh Sosial 69
Tabel 4.9 Hasil Nilai *Loading Factor* 71
Tabel 4.10 Nilai *Average Variance Extracted* (AVE) 73
Tabel 4.11 Uji *Fornell Lacker Criterion* 74
Tabel 4.12 Hasil Nilai *Cross Loading* 75
Tabel 4.13 Nilai HTMT 76
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas 77
Tabel 4.15 Nilai Koefisien Determinasi 77
Tabel 4.16 Hasil Uji Nilai *Predictive Relevance* (Q^2) 78
Tabel 4.17 Hasil Uji f Square 79
Tabel 4.18 Hasil Evaluasi Model Fit 79
Tabel 4.19 Hasil Uji Signifikansi Antar Variabel 82

UNIVERSITAS MERCU BUANA

https://lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pasar Online Food DeliveryTerbesar diAsia Tenggara 2
Gambar 1.2 Penggunaan Layanan pesan antar makanan 4
Gambar 1.3 Tren Pendapatan dari Layanan Pesan-Antar Makanan..... 5
Gambar 1.4 Konsistensi Permintaan di Tengah Kenaikan Harga.....6
Gambar 1.5 SDG 8 & 12. 11
Gambar 2.1 SDG's.....34
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual 41
Gambar 4.1 Hasil Output Diagram Jalur Awal 71
Gambar 4.2 Hasil Output Diagram Jalur Modifikasi.....73
Gambar 4.3 Hasil Uji *Bootstrapping*..... 81

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

https://lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian 95

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

https://lib.mercubuana.ac.id