

**PENGARUH PROMOSI, HARGA, DAN KUALITAS
LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PESAN ANTAR MAKANAN SHOPEEFOOD**

(Studi kasus Mahasiswa FEB Universitas Merdeka Malang)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memeperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi : Manajemen**



Disusun Oleh :

Yunus Amri Maulana

20022000219

**UNIVERSITAS MERDEKA MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Yunus Amri Maulana
Nomor Pokok : 20022000219
Universitas : Universitas Merdeka Malang
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pesan Antar Makanan ShopeeFood (Studi kasus Mahasiswa FEB Universitas Merdeka Malang).

Malang, 31 Januari 2024

DISETUJUI DAN DITERIMA:

Ketua Program Studi



IRANY WINDHYASTITI, SE., MM.

Dosen Pembimbing



Dr. SYAIFULARIFIN, SE., M.Si.

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Prof. Dr. FAJAR SUPANTO, SE., M.Si.

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH PROMOSI, HARGA, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PESAN ANTAR MAKANAN SHOPEEFOOD
(Studi kasus Mahasiswa FEB Universitas Merdeka Malang)**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

YUNUS AMRI MAULANA

20022000219

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal, 7 Februari 2024


Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji




(Dr. SYAIFUL ARIFIN, SE., M.Si.)

Sekretaris Penguji



(IRANY WINDHYASTITI, SE., MM.)

Anggota Penguji



(Dr. UMU KHOUROH, SE., M.Si.)

Skripsi ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan


Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Dan Bisnis



Malang, 7 Februari 2024

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Merdeka Malang



Prof. Dr. FAJAR SUPARTO, SE., M.Si

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yunus Amri Maulana
Nomor Pokok : 20022000219
Program Studi : Manajemen
Bidang Kajian Skripsi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pesan Antar Makanan ShopeeFood (Studi kasus Mahasiswa FEB Universitas Merdeka Malang)
Lokasi Yang Diteliti : Jalan Terusan Raya Dieng No. 62 - 64, Kota Malang 65146 (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang).
Alamat Rumah Asli : Desa Bumi Harapan, Kec. Wita Ponda, Kab. Morowali, Prov. Sulawesi Tengah
No. Telp/Hp : 087885581043

Dengan ini menyatakan bahwa saya benar-benar melakukan penelitian dan penulisan skripsi tersebut diatas dan bukan melakukan plagiat. Jika saya melakukan kesamaan, maka saya bersedia dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 31 Januari 2024

Peneliti



Yunus Amri Maulana

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Yunus Amri Maulana

Nomor Pokok : 20022000219

Universitas : Universitas Merdeka Malang

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Tempat Tanggal Lahir : Bumi Harapan, 16 Januari 2002

Alamat : Desa Bumi Harapan, Kec. Wita Ponda,
Kab. Morowali, Prov. Sulawesi Tengah

Nama Orang Tua (Ayah) : Prayitno
(Ibu) : Sholekha

Riwayat Pendidikan :

(2006 – 2008) : TK Kartini Bumi Harapan

(2008 – 2014) : SDN Bumi Harapan

(2014 – 2017) : SMPN 1 Wita Ponda

(2017 – 2020) : SMAN 1 Wita Ponda

(2020 – 2024) : S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Merdeka Malang

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur Penulis panjatkan kepada Allah SWT Sang Maha Segalanya, atas seluruh curahan rahmat dan hidayat-Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pesan Antar Makanan Shopeefood (Studi kasus Mahasiswa FEB Universitas Merdeka Malang)”** tepat waktu. Skripsi ini ditulis guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.

Dalam penyelesaian studi dan penulisan skripsi ini, Penulis banyak memperoleh bantuan baik berupa pengajaran, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu Penulis menyampaikan banyak terimakasih yang tak terhingga kepada:

1. Prof. Dr. Fajar Supanto, SE., M.Si. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.
2. Irany Windhyastiti, SE., MM. sebagai Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.
3. Dr. Syaiful Arifin, SE., M.Si. sebagai Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktu dan arahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini hingga terselesaikan dengan baik.
4. Seluruh Bapak Ibu Dosen dan staf/karyawan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.

5. Kedua orang tua tercinta, Bpk. Prayitno juga Ibu Sholekha, yang senantiasa memberikan doa, dukungan serta motivasi tanpa henti hingga sekarang ini.
6. Vita Regita Cahya N. yang selalu membantu merevisi dan memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman - teman yang sudah mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi yang sesuai harapan.
8. Terakhir seluruh pihak yang terlibat secara langsung maupun yang tidak langsung yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Sebagai manusia biasa Penulis menyadari penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna karena keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh Penulis. Oleh karenanya atas kesalahan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini, Penulis memohon maaf dan bersedia menerima kritikan dan saran yang membangun. Terakhir, harapan Penulis, semoga Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi siapa yang membacanya.

Malang, 31 Januari 2024

Penyusun,



Yunus Amri Maulana

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK.....	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Kegunaan Penelitian.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	6
A. Landasan Teori.....	6
1. Pemasaran	6
2. Promosi	7
3. Harga	11
4. Kualitas Layanan	14
5. Keputusan Pembelian.....	16
B. Pengembangan Hipotesis	19
1. Penelitian Terdahulu	19
2. Kerangka Berpikir	25
3. Hipotesis.....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
A. Definisi Operasional Variabel.....	27
B. Lingkup Penelitian	29
C. Lokasi Penelitian	29

D. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel.....	30
E. Sumber Data dan Jenis Data.....	32
F. Teknik Pengumpulan Data.....	32
G. Teknik Analisis Data.....	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
A. Hasil Pembahasan.....	38
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	61
A. Kesimpulan.....	61
B. Saran.....	61
C. Keterbatasan.....	62
DAFTAR PUSTAKA.....	63
LAMPIRAN.....	65

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Nilai Transaksi Jasa Pesan Antar Makanan di Indonesia	2
Tabel 2 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3 Operasional Variabel	28
Tabel 4 Jumlah Mahasiswa aktif FEB Unmer angkatan tahun 2020	30
Tabel 5 Alat Ukur Penelitian.....	33
Tabel 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Tabel 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	39
Tabel 8 Deskripsi Variabel Promosi (X1)	40
Tabel 9 Deskripsi Variabel Harga (X2)	42
Tabel 10 Deskripsi Variabel Kualitas Layanan (X3)	44
Tabel 11 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	46
Tabel 12 Uji Statistik Deskriptif.....	48
Tabel 13 Hasil Uji Validitas	49
Tabel 14 Nilai Alpha Cronbach masing-masing Variabel	51
Tabel 15 Hasil Uji Ananlisi Linier Berganda SPSS.....	52
Tabel 16 Hasil Uji F	54
Tabel 17 Hasil Uji t (Parsial).....	55
Tabel 18 Hasil Determinasi (R-Square).....	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	65
Lampiran 2. Tabulasi Jawaban Responden.....	69
Lampiran 3. Output SPSS.....	79
Lampiran 4. Berita Acara Bimbingan Skripsi	86
Lampiran 5. Berita Acara Perbaikan Skripsi	87
Lampiran 6. Keterangan Pemekrisaan Kemiripan	88

ABSTRAK

Hadirnya layanan pesan antar makanan online membuat konsumen dengan mudah dan tidak perlu lagi menghabiskan waktu untuk mengantri di restoran atau toko yang diinginkan. Shopee merupakan salah satu *e-commerce* atau situs belanja terbesar di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pesan antar makanan ShopeeFood. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu melalui kuesioner yang disebarakan kepada responden melalui Google Form. Populasi penelitian ini meliputi konsumen yang pernah melakukan pembelian melalui ShopeeFood pada mahasiswa FEB Universitas Merdeka Malang yang tidak diketahui jumlahnya. Sumber data yang digunakan adalah data primer. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Merdeka Malang dengan jumlah sampel sebanyak 83 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pesan antar makanan ShopeeFood, harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pesan antar makanan ShopeeFood, dan kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pesan antar makanan ShopeeFood.

Kata kunci: Promosi, Harga, Kualitas Layanan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The presence of online food delivery services makes it easy for consumers and no longer need to spend time queuing at the desired restaurant or shop. Shopee is one of the largest e-commerce or shopping sites in Indonesia. This study aims to determine the effect of promotion, price, and service quality on purchasing decisions for ShopeeFood food delivery. The data collection method used is through a questionnaire distributed to respondents via Google Form. The population of this study includes consumers who have made purchases through ShopeeFood for FEB students at Merdeka University Malang, whose number is unknown. The data source used is primary data. The sample in this study were students of Merdeka University Malang with a sample size of 83 respondents. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results showed that the promotion variabel had a significant effect on the decision to purchase ShopeeFood food delivery, price had no significant effect on the decision to purchase ShopeeFood food delivery, and service quality had no significant effect on the decision to purchase ShopeeFood food delivery.

Keywords: Promotion, Price, Service Quality, Purchasing Decisions