

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN KUALITAS LAYANAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN MELALUI  
APLIKASI LAYANAN SHOPEE FOOD DI-JAKARTA**

**Junio Montero Harlim**

**78180408**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk memperoleh gelar sarjana Administrasi Bisnis

Program Studi Administrasi Bisnis

Konsentrasi Kewirausahaan



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**APRIL 2022**

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

**PENGESAHAN**

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN KUALITAS LAYANAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN MELALUI  
APLIKASI LAYANAN SHOPEE FOOD DI-JAKARTA**

**Diajukan Oleh**

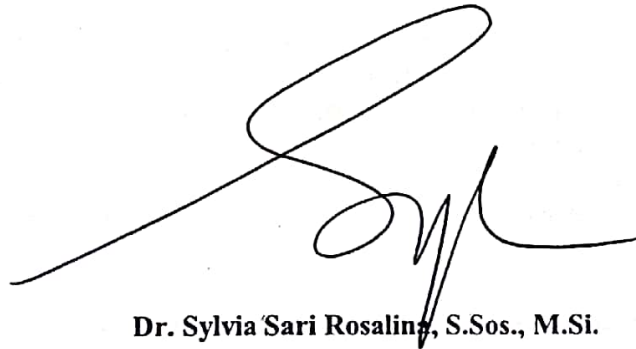
**Nama: Junio Montero Harlim**

**Nim: 78180408**

**Jakarta, 14 April 2022**

**Disetujui Oleh:**

**Pembimbing**



**Dr. Sylvia Sari Rosaling, S.Sos., M.Si.**

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE  
JAKARTA 2022**

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## PENGESAHAN

# **PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN MELALUI APLIKASI LAYANAN SHOPEE FOOD DI-JAKARTA**

**Diajukan Oleh**

**Nama: Junio Montero Harlim**

**Nim: 78180408**

**Jakarta, 14 April 2022**

**Disetujui Oleh:**

**Pembimbing**

**Dr. Sylvia Sari Rosalina, S.Sos., M.Si.**

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA 2022**

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## ABSTRAK

Junio Montero Harlim / 78180408 / 2022 / Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Melalui Aplikasi Layanan ShopeeFood Di Jakarta/ Dr. Sylvia Sari Rosalina, S.Sos., M.Si.

Layanan *food delivery* terus mengalami peningkatan selama beberapa tahun kemarin, itu semua dikarenakan semakin berkembangnya teknologi berdampak pada kebiasaan dan gaya hidup masyarakat saat ini yang cenderung menyukai sesuatu yang praktis dan serba instan salah satunya yaitu dalam hal pemesanan makanan. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh *digital marketing* dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian makanan melalui aplikasi layanan ShopeeFood di Jakarta.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah digital marketing, kualitas layanan dan keputusan pembelian. Variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah digital marketing dan kualitas layanan sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian

Objek penelitian ini adalah ShopeeFood. Sampel yang diambil dalam penelitian ini yaitu berjumlah 110 responden dengan kategori masyarakat berdomisili Jakarta yang sudah pernah menggunakan layanan *food delivery* ShopeeFood. Penarikan sampel dilakukan dengan cara *non probability sampling* dengan teknik *sampling purposive*. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji realibilitas, uji analisis deskriptif, uji analisis persamaan regresi, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *digital marketing* memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah variabel *digital marketing* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Peneliti menyarankan agar perusahaan dapat lebih meningkatkan konten *digital marketing* agar menjadi lebih kreatif dan menarik serta meningkatkan kualitas layanan yang dilakukan oleh ShopeeFood agar dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen ShopeeFood di Jakarta

Kata Kunci: Digital Marketing, Kualitas Layanan, Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

**Junio Montero Harlim / 78180408 / 2022 / The effect of Digital Marketing and Service Quality on Food Purchase Decisions Through the Service Application ShopeeFood in Jakarta / Dr. Sylvia Sari Rosalina, S.Sos., M.Si.**

*The food delivery services have continued to improve over the past few years, it's all because the development of technology has an impact on the habits and lifestyles of today's people who tend to like something practical and instantaneous, one of which is ordering food. This study aims to explain the influence of digital marketing and service quality on food purchasing decisions through the ShopeeFood service application in Jakarta.*

*The theory used in this research is digital marketing, service quality and purchasing decisions. The variables in this study are divided into two types, namely the independent variable and the dependent variable. The independent variables in this study are digital marketing and service quality, while the dependent variable in this study is purchasing decisions*

*The object of this research is ShopeeFood. The sample taken in this study amounted to 110 respondents with the category of people living in Jakarta who have used ShopeeFood's food delivery service. Sampling was done by non-probability sampling with purposive sampling technique. The data analysis technique used is validity test, reliability test, descriptive analysis test, regression equation analysis test, classical assumption test, multiple linear regression test.*

*The results of this study indicate that the digital marketing variable has a positive and insignificant effect on purchasing decisions, while the service quality variable has a positive and significant influence on purchasing decisions.*

*The conclusion of this study is that the digital marketing variable has a positive and insignificant effect on purchasing decisions, while the service quality variable has a positive and significant effect on purchasing decisions. The researcher suggests that companies can further improve digital marketing content to be more creative and attractive and improve the quality of services provided by ShopeeFood in order to improve the purchasing decisions of ShopeeFood consumers in Jakarta.*

**Keywords:** *Digital Marketing, Service Quality, Purchase Decision*



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmatnya penulis pun dapat diberi kesempatan untuk menyelesaikan laporan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Digital Marketing* Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Melalui Aplikasi Layanan ShopeeFood Di Jakarta”. Laporan skripsi ini disusun guna untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Penulis menyadari bahwasanya dalam proses pembuatan dan penulisan laporan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna baik itu dari materi ataupun cara penulisannya. Namun demikian, penulis telah berupaya dengan segala kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki sehingga dapat selesai dengan baik dan oleh karenanya, saya selaku penulis dengan rendah hati menerima masukan, saran dan usulan guna penyempurnaan laporan ini.

Penulis menyadari bahwa di dalam jalannya proses pembuatan laporan skripsi ini, itu semua berkat bantuan dan tuntutan Tuhan Yang Maha Esa dan tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang senantiasa mendukung dan membantu penulis selama proses penyusunan skripsi, yaitu

1. Dr. Sylvia Sari Rosalina, S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis dan dosen pembimbing skripsi peneliti yang telah membantu dan memberikan arahan, waktu, pikiran dan tenaga kepada peneliti dengan sabar dalam penyusunan skripsi ini
2. Seluruh dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie School of Business yang telah mendidik, membimbing, serta memberikan bekal ilmu kepada penulis hingga pada akhir studi kuliah.





3. Para karyawan di BAAK, perpustakaan, dan *copy centre* di Kwik Kian Gie School of Business yang telah dengan sangat ramah membantu penulis selama proses perkuliahan sampai penyusunan skripsi.

4. Kedua orang tua dan keluarga yang dengan setia selalu memberikan kepercayaan, dukungan dan doa selama proses penyusunan skripsi

5. Responden yang telah memberikan waktunya untuk membantu dalam pengisian kuesioner penelitian ini.

Penulis juga menyadari bahwasanya dalam proses pembuatan dan penulisan laporan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna baik itu dari materi ataupun cara penulisannya. Namun demikian, penulis telah berupaya dengan segala kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki sehingga dapat selesai dengan baik dan oleh karenanya, saya selaku penulis dengan rendah hati menerima masukan, saran dan usulan guna penyempurnaan laporan ini.

Jakarta, 14 April 2022

Junio Montero Harlim

Hak cipta milik IBI RKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR ISI

<b>PENGESAHAN</b> .....	i
<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>ABSTRACT</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xii
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang Masalah</b> .....	1
<b>1.2 Identifikasi Masalah</b> .....	9
<b>1.3 Batasan Masalah</b> .....	10
<b>1.4 Batasan Penelitian</b> .....	10
<b>1.5 Perumusan Masalah</b> .....	10
<b>1.6 Tujuan Penelitian</b> .....	11
<b>1.7 Manfaat Penelitian</b> .....	11
<b>BAB II</b> .....	12
<b>KAJIAN PUSTAKA</b> .....	12
<b>2.1 Landasan Teoritis</b> .....	12
<b>2.1.1 Digital Marketing</b> .....	13
<b>A. Pengertian Digital Marketing</b> .....	13
<b>B. Dimensi Digital Marketing</b> .....	14
1. <i>Customer Engagement</i> .....	14
2. <i>Permission Marketing</i> .....	15
3. <i>Content Marketing</i> .....	16
<b>C. Manfaat Digital Marketing</b> .....	16
1. Meningkatkan Penjualan .....	16
2. Menambah Nilai .....	16
3. Mendekatkan Diri dengan Pelanggan .....	17
4. Menghemat Biaya .....	17

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





5.	Memperluas Produk Secara <i>Online</i> .....	17
<b>2.1.2</b>	<b>Kualitas Layanan</b> .....	18
<b>A.</b>	<b>Pengertian Kualitas Layanan</b> .....	18
<b>B.</b>	<b>Dimensi Pengukuran Kualitas Layanan</b> .....	18
1.	Kehandalan ( <i>Reliability</i> ) .....	18
2.	Daya tanggap ( <i>Responsiveness</i> ) .....	19
3.	Jaminan ( <i>Assurance</i> ) .....	19
4.	Empati ( <i>Empathy</i> ) .....	19
5.	Bukti Fisik ( <i>Tangible</i> ) .....	19
<b>C.</b>	<b>Karakteristik Layanan</b> .....	20
1.	Tidak Berwujud ( <i>Intangibility</i> ) .....	20
2.	Tidak Dapat Dipisahkan ( <i>Inseparability</i> ) .....	20
3.	Keragaman ( <i>Variability</i> ) .....	20
4.	Tidak Tahan Lama ( <i>Perishability</i> ) .....	20
<b>2.1.3</b>	<b>Keputusan Pembelian</b> .....	21
<b>A.</b>	<b>Pengertian Keputusan Pembelian</b> .....	21
<b>B.</b>	<b>Tahapan Proses Pengambilan Keputusan Pembelian</b> .....	22
1.	Pengenalan Kebutuhan .....	22
2.	Pencarian Informasi .....	23
3.	Evaluasi Alternatif .....	23
4.	Keputusan Pembelian .....	23
5.	Perilaku Pasca Pembelian .....	24
<b>C.</b>	<b>Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian</b> .....	24
1.	Pilihan Produk .....	25
2.	Pilihan Merek .....	25
3.	Pilihan Penyalur .....	25
4.	Jumlah Pembelian .....	25
5.	Waktu Pembelian .....	26
6.	Metode Pembayaran .....	26
<b>2.2</b>	<b>Penelitian Terdahulu</b> .....	27
<b>2.3</b>	<b>Kerangka Pemikiran</b> .....	30
2.3.1	Pengaruh <i>Digital Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	30
2.3.2	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian .....	30
<b>2.4</b>	<b>Hipotesis</b> .....	31
<b>BAB III</b>	.....	32
<b>METODE PENELITIAN</b>	.....	32

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
  2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



<b>3.1</b>	<b>Obyek Penelitian</b> .....	32
<b>3.2</b>	<b>Disain Penelitian</b> .....	32
3.2.1	Tingkat Perumusan Masalah .....	32
3.2.2	Metode Pengumpulan Data .....	32
3.2.3	Tujuan Penelitian.....	33
3.2.4	Dimensi Waktu.....	33
3.2.5	Ruang Lingkup Topik Bahasan .....	33
3.2.6	Lingkungan Penelitian.....	34
<b>3.3</b>	<b>Populasi dan Sampel</b> .....	34
<b>3.4</b>	<b>Variabel Penelitian</b> .....	36
3.4.1	Variabel Digital Marketing dengan pengukurannya yaitu: .....	36
3.4.2	Variabel Kualitas Layanan dengan pengukurannya yaitu: .....	37
3.4.3	Variabel Keputusan Pembelian dengan pengukurannya yaitu: .....	38
<b>3.5</b>	<b>Teknik Pengumpulan Data</b> .....	39
<b>3.6</b>	<b>Teknik Analisa Data</b> .....	40
3.6.1	Uji Validitas .....	40
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	42
3.6.3	Analisis Deskriptif.....	43
A.	Rata-Rata Hitung (Mean) .....	43
B.	Analisis Persentase (%).....	43
C.	Rentang Skala.....	44
<b>3.6.4</b>	<b>Analisis Regresi</b> .....	45
A.	Uji Asumsi Klasik .....	45
1.	Uji Normalitas .....	46
2.	Uji Heterokedastisitas .....	46
3.	Uji Multikolonieritas .....	47
B.	Uji Signifikansi Keseluruhan dari Regresi Sample (Uji Statistik F).....	47
C.	Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t).....	48
D.	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	49
<b>BAB IV</b>	.....	50
<b>HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>	.....	50
<b>4.1</b>	<b>Gambaran Umum Objek Penelitian</b> .....	50
<b>4.2</b>	<b>Analisis Deskriptif</b> .....	52
<b>4.2.1</b>	<b>Profil Responden</b> .....	52
A.	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
B.	Profil Responden Berdasarkan Status Perkawinan.....	52

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



C.	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	53
D.	Profil Responden Berdasarkan Domisili .....	54
E.	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	54
<b>4.2.2</b>	<b>Analisis Variabel .....</b>	<b>55</b>
A.	Variabel Digital Marketing .....	55
B.	Variabel Kualitas Layanan .....	57
C.	Variabel Keputusan Pembelian .....	59
<b>4.2.3</b>	<b>Uji Validitas dan Reliabilitas.....</b>	<b>61</b>
A.	Uji Validitas .....	61
B.	Uji Reliabilitas.....	66
<b>4.2.4</b>	<b>Analisis Persamaan Regresi .....</b>	<b>66</b>
<b>4.2.5</b>	<b>Uji Asumsi Klasik.....</b>	<b>68</b>
A.	Uji Normalitas .....	68
B.	Uji Heterokedastisitas .....	69
C.	Uji Multikolonieritas .....	70
<b>4.2.6</b>	<b>Analisis Regresi Linier Berganda .....</b>	<b>70</b>
A.	Uji Keberartian Model (Uji F).....	70
B.	Uji Koefisien Regresi (Uji t) .....	71
C.	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	72
<b>4.3</b>	<b>Hasil Penelitian.....</b>	<b>73</b>
<b>4.4</b>	<b>Pembahasan .....</b>	<b>76</b>
<b>BAB V</b>	<b>.....</b>	<b>79</b>
<b>SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>.....</b>	<b>79</b>
<b>5.1</b>	<b>Kesimpulan .....</b>	<b>79</b>
<b>5.2</b>	<b>Saran.....</b>	<b>80</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>.....</b>	<b>81</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>.....</b>	<b>84</b>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu</b> .....	27
<b>Tabel 3. 1 Variabel <i>Digital Marketing</i></b> .....	36
<b>Tabel 3. 2 Variabel Kualitas Layanan</b> .....	37
<b>Tabel 3. 3 Variabel Keputusan Pembelian</b> .....	38
<b>Tabel 3. 4 Pengukuran Skala Likert</b> .....	40
<b>Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin</b> .....	52
<b>Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Status Perkawinan</b> .....	52
<b>Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Usia</b> .....	53
<b>Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Domisili</b> .....	54
<b>Tabel 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan</b> .....	54
<b>Tabel 4. 6 Skor Rata-Rata Pada Variabel <i>Digital Marketing</i></b> .....	55
<b>Tabel 4. 7 Skor Rata-Rata Pada Variabel Kualitas Layanan</b> .....	57
<b>Tabel 4. 8 Skor Rata-Rata Pada Variabel Keputusan Pembelian</b> .....	59
<b>Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas <i>Digital Marketing</i></b> .....	62
<b>Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan</b> .....	63
<b>Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian</b> .....	64
<b>Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas</b> .....	66
<b>Tabel 4. 13 Hasil Pengolahan Analisis Regresi</b> .....	67
<b>Tabel 4. 14 Hasil Pengolahan Uji Normalitas</b> .....	68
<b>Tabel 4. 15 Hasil Pengolahan Uji Heterokedastisitas</b> .....	69
<b>Tabel 4. 16 Hasil Pengolahan Uji Multikolonieritas</b> .....	70
<b>Tabel 4. 17 Hasil Pengolahan Uji Keberartian Model (Uji F)</b> .....	71
<b>Tabel 4. 18 Hasil Pengolahan Uji Koefisien Regresi (Uji t)</b> .....	71
<b>Tabel 4. 19 Hasil Pengolahan Uji Determinasi (R<sup>2</sup>)</b> .....	72



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 1 Data Nilai GMV Pesan Antar Makanan di Asia Tenggara (2020)</b> .....	2
<b>Gambar 1. 2 Transaksi Layanan Pesan Antar Makanan 2020</b> .....	3
<b>Gambar 1. 3 Pengguna Internet Terbanyak di Asia</b> .....	4
<b>Gambar 1. 4 Pengguna Internet di Indonesia 2017-*2021</b> .....	5
<b>Gambar 1. 5 Iklan Youtube ShopeeFood</b> .....	8
<b>Gambar 1. 6 Iklan Instagram ShopeeFood</b> .....	8
<b>Gambar 2. 1 Proses Keputusan Pembelian</b> .....	22
<b>Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran</b> .....	31
<b>Gambar 3. 1 Rentang Skala</b> .....	44
<b>Gambar 4. 1 Logo ShopeeFood</b> .....	51

 Hak cipta dimiliki IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1 Pernyataan Variabel</b> .....	86
<b>Lampiran 2 Data Pra-Kuesioner</b> .....	88
<b>Lampiran 3 Hasil Output Uji Validitas</b> .....	92
<b>Lampiran 4 Hasil Output Uji Reliabilitas</b> .....	94
<b>Lampiran 5 Data Profil Responden</b> .....	95
<b>Lampiran 6 Data Kuesioner</b> .....	102
<b>Lampiran 7 Hasil Output Deskriptif Profil Responden</b> .....	110
<b>Lampiran 8 Hasil Output Analisis Deskriptif Variabel</b> .....	112
<b>Lampiran 9 Hasil Output Uji Asumsi Klasik</b> .....	118
<b>Lampiran 10 Hasil Output Analisis Regresi Berganda</b> .....	120

© Hak cipta milik IBIKKGG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE  
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKGG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKGG.