

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPERCAYAAN MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SHOPEE FOOD DI
JAKARTA**

Oleh:

Nama : Deni Phang Putra

NIM : 28180367

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



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)

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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SHOPEE FOOD DI JAKARTA

Diajukan Oleh:

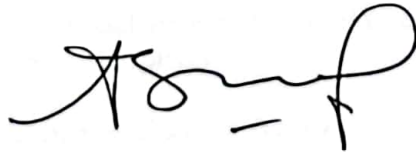
Nama: Deni Phang Putra

NIM : 28180367

Jakarta, 23 Agustus 2022

Disetujui Oleh:

Pembimbing



(Ir. Dergibson Siagian, M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2022



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

Deni Phang Putra / 28180367 / 2022 / Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Shopee Food di Jakarta / Pembimbing: Ir. Dergibson Siagian, M.M.

Perkembangan teknologi pada zaman sekarang terutama pada bidang teknologi sudah berkembang cukup pesat, yang berpengaruh pada perkembangan internet. Sehingga pada zaman sekarang ini bisnis pun bisa dilakukan dengan cara online, sehingga membuat para perusahaan saling bersaing untuk membuat bisnis berbasis aplikasi dan juga bisnis online. Shopee salah satu perusahaan yang berbasis online, meluncurkan layanan pesan – antar makanan online yang bernama ShopeeFood. ShopeeFood bukan satu-satunya perusahaan pesan antar makanan yang ada di Jakarta, tetapi ada banyak pesaing dari perusahaan lainnya yang menyediakan layanan pesan-antar makanan yang serupa, yang menyebabkan adanya persaingan. Dalam menghadapi persaingan tersebut, faktor dari Kualitas Layanan dan Kepercayaan Merek merupakan hal yang penting dalam mempengaruhi konsumen dalam menentukan atau memutuskan pembelian. Dikarenakan hal tersebut, penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian layanan ShopeeFood yang berada di kawasan Jakarta.

Untuk mendukung penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teori seperti kualitas layanan, kepercayaan merek, dan keputusan pembelian. Variabel independent dalam penelitian ini adalah kualitas layanan dan kepercayaan merek, dan variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

Objek penelitian ini yaitu layanan ShopeeFood. Teknik yang digunakan menggunakan teknik pengumpulan data yang menggunakan teknik komunikasi dengan cara menyebarkan kuisioner secara *online* melalui *GoogleForms* kepada 163 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *judgement sampling*. Prosedur yang digunakan untuk pengujian model dan pengolahan data adalah model persamaan struktural (*Structural Equation Modeling*) dengan menggunakan *software* WarpPLS 7.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kepercayaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah semua hipotesis yang ada telah terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kepercayaan Merek, dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Deni Phang Putra / 28180367 / 2022 / The Influence of Service Quality and Brand Trust on Purchase Decisions at Shopee Food in Jakarta / Supervisor: Ir. Dergibson Siagian, M.M.

The development of technology today, especially in the field of technology, has developed quite rapidly, which has an effect on the development of the internet. So that in this day and age business can also be done online, thus making companies compete with each other to create application-based businesses and also online businesses. Shopee, an online-based company, launched an online food delivery service called ShopeeFood. ShopeeFood is not the only food delivery company in Jakarta, but there are many competitors from other companies that provide similar food delivery services, which causes competition. In facing this competition, the factors of Service Quality and Brand Trust are important in influencing consumers in determining or deciding on a purchase. Due to this, this study aims to determine the effect of Service Quality and Brand Trust on Purchase Decisions for ShopeeFood services in the Jakarta area.

To support this research, the researcher uses several theories such as service quality, brand trust, and purchasing decisions. The independent variables in this study are service quality and brand trust, and the dependent variable in this study is purchasing decisions.

The object of this research is the ShopeeFood service. The technique used uses data collection techniques that use communication techniques by distributing online questionnaires through Google Forms to 163 respondents. The sampling technique used is a non-probability sampling technique with a judgment sampling approach. The procedure used for model testing and data processing is a structural equation model (Structural Equation Modeling) using WarpPLS 7.0 software.

The results of this study indicate that service quality and brand trust have a positive and significant effect on purchasing decisions.

The conclusion of this study is that all existing hypotheses have been shown to have a positive and significant effect.

Keywords: Service Quality, Brand Trust, and Purchase Decision.





KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis, panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian pada ShopeeFood di Jakarta”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Dalam proses pembuatan dan penyusunan skripsi ini banyak hambatan dan tantangan yang penulis hadapi, namun pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan berkat adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ir. Dergibson Siagian, M.M., selaku sebagai dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberika bimbingan dan arahan kepada penulis selama proses penyusunan dan pembuatan skripsi sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
2. Seluruh dosen dari Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mendidik dan juga memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama menempuh studi.
3. Seluruh karyawan dan staf Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah banyak membantu penulis dari awal hingga akhir perkuliahan.
4. Kedua orang tua dan keluarga besar penulis yang senantiasa mendukung, menghibur, dan mendoakan sehingga penulis selama proses pembuatan skripsi.
5. Iwan Cendana, Sheila Novianti, dan Dion Marcellino selaku sesama anak pembimbing dari Ir. Dergibson Siagian, M.M. yang selalu bertukar pikiran dan saling membantu selama proses penyusunan skripsi.



6. Lico Purnomo, Okky Setiawan, Dion Marcellino, Adrian, Sugi, dan seluruh anggota Anak Anjay, selaku dari teman terdekat penulis yang senantiasa memberikan dukungan dan juga hiburan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.

Sehingga pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi hingga dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna akibat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang penulis punya. Oleh karena itu, penulis sangat menghargai setiap kritik dan saran yang membangun guna untuk penyempurnaan dari skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap agar semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang membaca dan dapat menjadi bahan referensi yang berguna untuk peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian di masa yang akan datang.

Jakarta, Agustus 2022

Penulis

Deni Phang Putra

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik 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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR ISI

PENGESAHAN	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah	8
D. Batasan Penelitian	9
E. Rumusan Masalah	9
F. Tujuan Penelitian	9
G. Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
A. Landasan Teoritis	11
B. Penelitian terdahulu	24
C. Kerangka Pemikiran	29

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Instansi Bism dan Informatika
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip atau menyalin sebagian atau seluruh karangan yang ditulis 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.





D. Hipotesis	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Objek Penelitian	32
B. Desain Penelitian	32
C. Variabel Penelitian	32
D. Teknik Pengambilan Sampel	37
E. Teknik Pengumpulan Data	38
F. Teknik Analisis Data	38
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	47
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	47
B. Analisis Deskriptif.....	48
C. Hasil Penelitian.....	68
D. Pembahasan	69
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	73
A. Simpulan.....	73
B. Saran	73
DAFTAR PUSTAKA.....	75
LAMPIRAN	77

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Data Peta E-Commerce Indonesia Quartal 4 2021	3
Tabel 2	Penelitian Terdahulu 1	25
Tabel 3	Penelitian Terdahulu 2	25
Tabel 4	Penelitian Terdahulu 3	26
Tabel 5	Penelitian Terdahulu 4	27
Tabel 6	Penelitian Terdahulu 5	28
Tabel 7	Operasionalisasi Variabel Kualitas Layanan	35
Tabel 8	Operasionalisasi Variabel Kepercayaan Merek	36
Tabel 9	Pengukuran Variabel Keputusan Pembelian	37
Tabel 10	Persentase Responden Berdasarkan Pembelian di Aplikasi ShopeeFood dalam Satu Bulan Terakhir	49
Tabel 11	Persentase Responden Berdasarkan Domisili di Jakarta	49
Tabel 12	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan	51
Tabel 13	Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan Merek	51
Tabel 14	Hasil Validitas Variabel Keputusan Pembelian	52
Tabel 15	Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 16	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 17	Profil Responden Berdasarkan Usia	55
Tabel 18	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
Tabel 19	Skor Rata-rata Variabel Kualitas Layanan	59
Tabel 20	Skor Rata-rata Variabel Kepercayaan Merek	61
Tabel 21	Skor Rata-rata Variabel Keputusan Pembelian	64
Tabel 22	Model Fit	66
Tabel 23	Pengaruh antar Variabel	68



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Tingkat Penetrasi Internet di Kawasan ASEAN.....	2
Gambar 2 Tangkapan Layar Buruknya Kualitas Layanan Shopee Food	5
Gambar 3 Tangkapan Layar Kepercayaan Merek Shopee Food Bermasalah	6
Gambar 4 Kerangka Pemikiran	30
Gambar 5 Logo Shopee	47
Gambar 6 Logo ShopeeFood.....	48
Gambar 7 Hasil Pengujian Hipotesis.....	67

© Hak Cipta milik 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. Penulisan harus menggunakan bahasa dan teknik penulisan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisoner.....	77
Lampiran 2	Data Kuisoner.....	82
Lampiran 3	Hasil Output.....	98
	1. Uji Validitas.....	98
	2. Uji Reliabilitas.....	99
	3. Profil Responden.....	99
	4. Statistik Deskriptif Setiap Variabel.....	100
	5. Hasil Evaluasi Model Struktural.....	116
	6. Hasil Pengujian Hipotesis.....	117
	7. Pengaruh antar Variabel.....	117

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Lampiran 1

Lampiran 2

Lampiran 3

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.

