

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN ONLINE PADA
GRABFOOD PASCA PANDEMI COVID-19**

Oleh:

Nama: Julius

NIM: 74190279

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Program Studi Administrasi Bisnis

Konsentrasi: Kewirausahaan



INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

AGUSTUS 2023

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.



PENGESAHAN

PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN ONLINE PADA GRABFOOD PASCA PANDEMI COVID-19

Diajukan Oleh:

Nama: Julius

NIM: 74190279

Jakarta, 28 Agustus 2023

Disetujui Oleh:

Pembimbing



(Morryessa Brandinie, S.E., M.M.)

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2023

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

Julius 74190279 / 2023 / Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Online Pada GrabFood Pasca Pandemi Covid-19 / Pembimbing: Morryessa Brandinie, S.E., M.M.

Perkembangan teknologi dan informasi saat ini sangatlah pesat. Kemajuan dan peningkatan sumber daya yang ada, baik sumber daya manusia maupun sumber daya pendukung lainnya membuat munculnya teknologi baru seperti internet. Kemajuan internet memunculkan aplikasi-aplikasi baru yang berbasis *online*. Salah satu contohnya adalah aplikasi layanan *Online Food Delivery* (OFD). GrabFood diluncurkan pada Mei 2016, sekitar satu tahun setelah GoFood diluncurkan. GrabFood dapat bersaing dengan berhasil merebut posisi pertama berdasarkan nilai transaksi bruto (*Gross Merchant Value/GMV*) selama tiga tahun terakhir, dari awal pandemi tahun 2020 hingga memasuki pasca-pandemi 2022.

Menurut Kotler & Armstrong (2018:401), "*Sales promotion are short-term incentives to encourage the purchase or sales of a product or service*". Dapat diartikan bahwa, promosi penjualan adalah insentif jangka pendek yang digunakan untuk mendorong pembelian atau penjualan dari produk atau jasa. Menurut Rambat Lupiyoadi dalam Indrasari (2019:63), *service quality* adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. Menurut Zusrony (2021:48), Keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian.

Objek pada penelitian ini adalah sebuah perusahaan yang menjual layanan/jasa berupa *online food delivery* (OFD) atau pesan-antar makanan *online*, GrabFood. Subjek penelitian ini adalah konsumen yang pernah bertransaksi menggunakan GrabFood pasca pandemi covid-19. Pada penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara *online* dengan menggunakan Google Form.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kedua variabel independen, yaitu promosi penjualan dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai Adjusted R Square pada penelitian ini adalah 0.391 sehingga dapat diartikan bahwa, pengaruh promosi penjualan (X1) dan kualitas layanan (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah sebesar 39.1% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diuji dalam penelitian ini.

Berdasarkan penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan kualitas layanan pun berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Peningkatan keputusan pembelian makanan *online* pada platform GrabFood pasca pandemi covid-19 dapat terjadi ketika program promosi penjualan yang diberikan GrabFood meningkat. Keputusan pembelian makanan *online* pada platform GrabFood pasca pandemi covid-19 akan meningkat ketika kualitas layanan yang diberikan GrabFood memuaskan dan melebihi ekspektasi dari konsumennya.

Kata Kunci: Promosi Penjualan, Kualitas Layanan, Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

Julius / 74190279 / 2023 / *The Influence of Sales Promotions and Service Quality on Online Food Purchasing Decisions at GrabFood Post the Covid-19 Pandemic / Supervisor: Morryessa Brandinie, S.E., M.M.*

The development of technology and information is currently very rapid. Progress and improvement in existing resources, both human resources and other supporting resources, have led to the emergence of new technologies such as the internet. The progress of the internet has given rise to new online-based applications. One example is the Online Food Delivery (OFD) service application. GrabFood was launched in May 2016, about a year after GoFood was launched. GrabFood can compete by successfully capturing first position based on gross transaction value (Gross Merchant Value/GMV) over the last three years, from the start of the pandemic in 2020 to post-pandemic 2022.

According to Kotler & Armstrong (2018:401), "Sales promotions are short-term incentives to encourage the purchase or sale of a product or service". It can be interpreted that sales promotions are short-term incentives used to encourage the purchase or sale of products or services. According to Rambat Lupiyoadi in Indrasari (2019:63), service quality is how far the difference is between customers' expectations and reality regarding the service they receive. According to Zusrony (2021:48), a purchasing decision is a purchasing decision-making process which includes determining what to buy or not to buy.

The object of this research is a company that sells services in the form of online food delivery (OFD), GrabFood. The subjects of this research are consumers who have made transactions using GrabFood after the Covid-19 pandemic. In this research, the sampling technique used by researchers was non-probability sampling with a purposive sampling method. Data collection in this research was carried out by distributing questionnaires online using Google Form.

The results of this research show that the two independent variables, namely sales promotion and service quality, have a positive and significant effect on purchasing decisions. The Adjusted R Square value in this research is 0.391 so it can be interpreted that the influence of sales promotions (X1) and service quality (X2) on purchasing decisions (Y) is 39.1% and the remainder is influenced by other variables not tested in this research.

Based on this research, it can be concluded that sales promotions have a positive and significant effect on purchasing decisions, and service quality also has a positive and significant effect on purchasing decisions. An increase in online food purchasing decisions on the GrabFood platform after the Covid-19 pandemic can occur when the sales promotion program provided by GrabFood increases. Decisions to purchase online food on the GrabFood platform after the Covid-19 pandemic will increase when the quality of the service provided by GrabFood is satisfactory and exceeds consumers' expectations.

Keywords: Sales Promotion, Service Quality, Purchasing Decisions.

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.

© Hak Cipta Ditahan oleh Kwik Kian Gie School of Business. All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted, in any form or by any means, without the prior written permission of Kwik Kian Gie School of Business.

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan Syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan rahmat-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Online Pada Platform GrabFood Pasca Pandemi Covid-19”. Penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Terdapat banyak hambatan dan rintangan dalam proses penyusunan skripsi ini, terlepas dari itu semua peneliti pada akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini berkat atas dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Morryessa Brandinie, S.E, M.M selaku dosen pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, serta pikiran untuk memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi berlangsung hingga selesai.
2. Seluruh jajaran dosen di institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah membagikan ilmu yang berguna bagi peneliti selama proses pembelajaran dan dalam proses penyusunan skripsi ini.
3. Keluarga peneliti yang terus memberi dukungan kepada peneliti agar terus semangat hingga menyelesaikan skripsi ini terlepas dari rintangan dan hambatan yang ada.
4. Teman-teman peneliti yang telah membantu dan menemani peneliti dari proses penyusunan skripsi hingga selesai.



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.



5. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah membantu dan terus menyemangati peneliti.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki oleh peneliti. Oleh sebab itu, peneliti mohon maaf sebesar-besarnya apabila terdapat banyak kesalahan saat penyusunan skripsi, baik dari segi penulisan serta pembahasan. Peneliti sangat menghargai setiap kritik dan saran yang disampaikan guna menyempurnakan skripsi ini. Akhir kata, peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak dan menjadi bahan referensi untuk penelitian lebih lanjut.

Jakarta, Agustus 2023

Penulis,

Julius

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

	Halaman
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Batasan Masalah	10
D. Batasan Penelitian	10
E. Rumusan Masalah	10
F. Tujuan Penelitian	11
G. Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
A. Landasan Teori	12
B. Penelitian Terdahulu	25
C. Kerangka Pemikiran	27
D. Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Objek Penelitian	29
B. Desain Penelitian	29
C. Lokasi Penelitian	30
D. Variabel Penelitian	31
E. Populasi dan Sampel	34
F. Teknik Pengambilan Sampel	35
G. Teknik Pengumpulan Data	36
H. Teknik Analisis Data	36
BAB IV HASIL PENELITIAN	45
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	45
B. Analisis Deskriptif	47
C. Hasil Penelitian	50
D. Pembahasan	63

1. Dilarang menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. Penulisan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



BAB V KESIMPULAN DAN SARAN67

 A. Kesimpulan.....67

 B. Saran68

DAFTAR PUSTAKA.....69

LAMPIRAN72

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.

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Nilai Transaksi Bruto <i>Online Food Delivery</i> di ASEAN	1
Tabel 1.2 GMV GrabFood, GoFood, dan ShopeeFood di Indonesia	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3.1 Indikator Promosi Penjualan	32
Tabel 3.2 Indikator Kualitas Layanan	33
Tabel 3.3 Indikator Keputusan Pembelian	34
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	47
Tabel 4.2 Usia Responden	47
Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir Responden.....	48
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden.....	49
Tabel 4.5 Pendapatan Responden.....	49
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi Penjualan	51
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan	51
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	52
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.10 Rata-rata dan Kategori Skala Likert Variabel Promosi Penjualan	54
Tabel 4.11 Rata-rata dan Kategori Skala Likert Variabel Kualitas Layanan	55
Tabel 4.12 Rata-rata dan Kategori Skala Likert Variabel Keputusan Pembelian	56
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas.....	57
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinieritas.....	58
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	59
Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	60
Tabel 4.17 Hasil Uji t	60
Tabel 4.18 Hasil Uji F	61
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi	62

© Hak cipta dimiliki oleh 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 GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1 ASEAN <i>Online Food Delivery</i> GMV.....	2
Gambar 1.2 Laporan Tren GrabFood 2022	3
Gambar 1.3 Program Promosi Penjualan GrabFood Menurun.....	7
Gambar 1.4 Berbagai Review Layanan GrabFood.....	8
Gambar 2.1 Tahapan Keputusan Pembelian.....	22
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	28
Gambar 4.1 Logo GrabFood.....	45
Gambar 4.2 Slogan GrabFood	46

© Hak Cipta milik BIKK (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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner	72
Lampiran 2 Hasil Output Uji Validitas	77
Lampiran 3 Hasil Output Uji Reliabilitas.....	79
Lampiran 4 Hasil Output Uji Statistik Deskriptif.....	80
Lampiran 5 Hasil Output Analisis Data	82
Lampiran 6 Data Pra Kuesioner	85
Lampiran 7 Data Kuesioner (123 Responden)	88
Lampiran 8 Hasil Uji Plagiarisme	98

© **Harcita Ningsih** (Kategori: **Manajemen Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. **Undang-Undang** tentang **Hak Cipta** dan **Undang-Undang** tentang **Penyiaran** 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.