

**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Belanja
Makanan Melalui Aplikasi Delivery**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

MAYNARD BLEND A NURTANTO

00000044766

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Belanja Makanan
Melalui Aplikasi Delivery**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen

MAYNARD BLEND A NURTANTO

00000044766

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Maynard Blenda Nurtanto
NIM : 00000044766
Program studi : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi saya yang berjudul:

"Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Belanja Makanan Melalui Aplikasi Delivery" merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain; Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan karya ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan TIDAK LULUS. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 13 Mei 2024



Maynard Blenda Nurtanto

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Belanja Makanan Melalui
Aplikasi Delivery Oleh

Nama : Maynard Blenda Nurtanto

NIM : 00000044766

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 13 Mei 2024

Pembimbing



Dr. Yosef Budi Santoso, M.M,

0301056103

Ketua Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M.

0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Belanja Makanan Melalui
Aplikasi Delivery

Oleh

Nama : Maynard Blenda Nurtanto
NIM : 00000044766
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

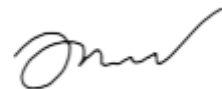
Telah diujikan pada hari Senin, 27 Mei 2024
Pukul 00.00 s.d 00.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan pengujian sebagai berikut.

Ketua Sidang



Eko Sigit Pramudito, S.T., M.M., CDM,
CPM(Asia)
0302057904

Penguji



Ika Yanuarti, S.E., M.S.F, CSA
0708017601

Ketua Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M.
0323047801

Pembimbing



Dr. Yosef Budi Santoso, M.M
0301056103

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Maynard Blenda Nurtanto
NIM : 00000044766
Program Studi : Manajemen
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi
Keputusan Belanja Makanan Melalui Aplikasi Delivery

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- Memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya di repositori Knowledge Center, sehingga dapat diakses oleh Civitas Akademika/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial dan saya juga tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Tangerang, 12 Mei 2024



(Maynard Blenda Nurtanto)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur dipanjatkan oleh penulis kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, bimbingan, dan anugerah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proses penulisan skripsi dengan baik dan tepat waktu. Laporan tesis yang berjudul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Belanja Makanan Melalui Aplikasi Delivery”** dapat diselesaikan dengan sebaik-baiknya. Penulisan laporan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) di Universitas Multimedia Nusantara, serta berguna bagi peneliti dalam menambah wawasan dan pengetahuan. Peneliti sangat merasa beryukur atas terselesaikannya proses penulisan skripsi ini dan peneliti menyadari bahwa penulisan tesis ini tidak dapat terselesaikan tanpa bantuan dan dukungan dari beberapa pihak yang telah memberikan motivasi beserta doa. Oleh karena itu, peneliti ini mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.

1. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
2. Purnamaningsih, S.E.,M.S.M, selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Dr. Yosef Budi Santoso, M.M, sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
4. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
5. David Klementius dan seluruh teman-teman teater KataK yang telah memberikan bantuan dukungan moral dan motivasi, sehingga penulis dapat semangat menyelesaikan tugas akhir ini.

Tangerang, 12 Mei 2024



Maynard Blenda Nurtanto

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Belanja

Makanan Melalui Aplikasi Delivery

Maynard Blenda Nurtanto

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi minat belanja makanan melalui aplikasi pengiriman makanan. Metode penelitian yang digunakan adalah survei online terhadap pengguna aktif aplikasi pengiriman makanan di wilayah tertentu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti kualitas layanan, keandalan pengiriman, harga, variasi menu, dan promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap minat belanja makanan melalui aplikasi delivery. Dengan munculnya aplikasi pengiriman makanan, cara orang berbelanja makanan telah mengalami revolusi, menawarkan kemudahan dan beragam pilihan hanya dengan sekali sentuhan layar. Penelitian ini menggali faktor-faktor yang memengaruhi minat konsumen dalam berbelanja makanan melalui aplikasi pengiriman. Penelitian ini menyelidiki hubungan antara kualitas layanan, keandalan pengiriman, strategi harga, variasi menu, dan kegiatan promosi dalam konteks platform pengiriman makanan. Dengan pendekatan kuantitatif, dilakukan survei terhadap 300 pengguna aktif aplikasi pengiriman makanan di area perkotaan, dengan menggunakan analisis regresi berganda untuk mengeksplorasi hubungan antara faktor-faktor tersebut dan minat berbelanja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan keandalan pengiriman memiliki dampak signifikan terhadap minat belanja, sementara strategi harga dan variasi menu juga memiliki peran penting meskipun dengan tingkat dampak yang lebih rendah. Selain itu, kegiatan promosi muncul sebagai pendorong potensial untuk minat berbelanja, terutama ketika dikombinasikan dengan kualitas layanan yang tinggi.

Kata kunci: Aplikasi Delivery, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Price

Factors Influencing Purchased in Food Shopping through Delivery Applications Maynard Blenda Nurtanto

ABSTRACT (English)

This research aims to identify the factors influencing interest in food shopping through food delivery applications. The research method used is an online survey of active users of food delivery applications in specific areas. The results of the study indicate that factors such as service quality, delivery reliability, price, menu variety, and promotions have a significant impact on the interest in food shopping through delivery apps. With the emergence of food delivery applications, the way people shop for food has undergone a revolution, offering convenience and a variety of choices with just a touch of the screen. This study explores the factors influencing consumer interest in food shopping through delivery applications. The research investigates the relationship between service quality, delivery reliability, pricing strategies, menu variety, and promotional activities in the context of food delivery platforms. Using a quantitative approach, a survey was conducted on 300 active users of food delivery applications in urban areas, using multiple regression analysis to explore the relationship between these factors and shopping interest. The study's results show that service quality and delivery reliability have a significant impact on shopping interest, while pricing strategies and menu variety also play important roles, albeit with a lower level of impact. Additionally, promotional activities emerge as potential drivers for shopping interest, especially when combined with high service quality.

Keywords: *Delivery Apps, Product Quality, Service Quality, and Price*

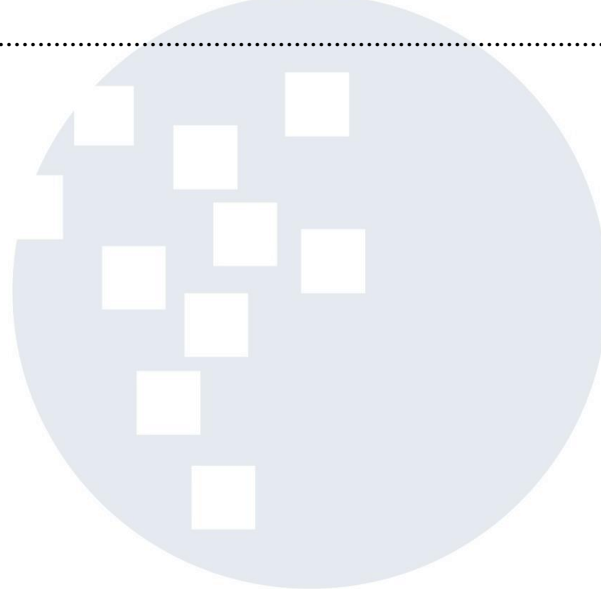
U
M
N
U
N
I
V
E
R
S
I
T
A
S
M
U
L
T
I
M
E
D
I
A
N
U
S
A
N
T
A
R
A

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Batasan Penelitian	11
1.6 Sistematika Penulisan	12
BAB II LANDASAN TEORI	14
2.1 Tinjauan Teori.....	14
2.1.1 Marketing Management	14
2.1.2 Digital Marketing	15
2.1.3 Product Quality	16
2.1.4 Service Quality	16
2.1.5 Trust	16
2.1.6 Price.....	17
2.1.7 <i>Purchased Decisions</i>	17
2.2 Penelitian Terdahulu.....	18
2.3 Model Penelitian	21
2.4 Hipotesis Penelitian	22
2.4.1 Product Quality on Purchase Decision.....	22

2.4.2	<i>Service Quality</i> on Purchase Decision	23
2.4.3	Price on Purchase Decision	23
2.4.4	Trust on Purchase Decision	24
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1	Paradigma Penelitian	25
3.2	Subjek dan Objek Penelitian	25
3.2.1	Subjek Penelitian	25
3.3	Tabel Operasional Variabel	27
3.4	Populasi dan Sampel Penelitian	37
3.4.1	Populasi	37
3.4.2	Sampel Frame	38
3.4.3	Sampel Techniques	38
3.4.4	Ukuran Sampel	40
3.5	Prosedur Penelitian	41
3.6	Teknik Analisis Data	42
3.6.1	Uji Pre-Test	42
3.6.2	Uji Instrumen	43
3.6.3	Uji Validitas	43
3.6.4	Uji Reliabilitas	45
3.6.5	Uji Asumsi Klasik	46
3.6.6	Uji Hipotesis	47
3.6.6.1	Koefisien Determinasi (R^2)	48
3.6.6.2	Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	48
3.6.6.3	Uji T – Uji Signifikansi Parameter Individual	49
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	51
4.1	Karakteristik Responden	51
4.2	Analisis Statistik	56
4.3	Analisis Deskriptif	57
4.4	Uji Instrumen	69
4.5	Uji Asumsi Klasik	74
4.6	Uji Asumsi Klasik	76
4.7	Uji Statistik F	77

4.8 Uji Statistik T	78
4.9 Pembahasan	81
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	93
5.1 Simpulan.....	93
5.2 Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	100



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Jurnal.....	8
Tabel 3.3 Tabel Operasional	45
Tabel 3.4 Tabel Syarat Uji Validitas.....	45
Tabel 3.5 Tabel Syarat Uji Reliabilitas	46
Tabel 4.1 Tabel Kategori Penilaian Responden.....	58
Tabel 4.2 Tabel Penilaian Variabel Product Quality	58
Tabel 4.3 Tabel Penilaian Variabel Service Quality	62
Tabel 4.4 Tabel Penilaian Variabel Price.....	64
Tabel 4.5 Tabel Penilaian Variabel Trust	66
Tabel 4.6 Tabel Penilaian Variabel Purchased Decisions.....	68
Tabel 4.7 Tabel Uji Pre-Test Validitas	70
Tabel 4.8 Tabel Uji Pre-Test Reliabilitas.....	72
Tabel 4.9 Tabel Uji Main-Test Validitas	73
Tabel 4.10 Tabel Uji Main-Test Reliabilitas.....	74
Tabel 4.11 Tabel Hasil Uji Kolmogrov-Smirnov	75
Tabel 4.12 Tabel Uji Model	76
Tabel 4.13 Tabel Uji Anova.....	78
Tabel 4.14 Tabel Uji T	79
Tabel 4.15 Tabel Hasil Uji T	80
Tabel 4.18 Tabel Hasil Kesimpulan T	81



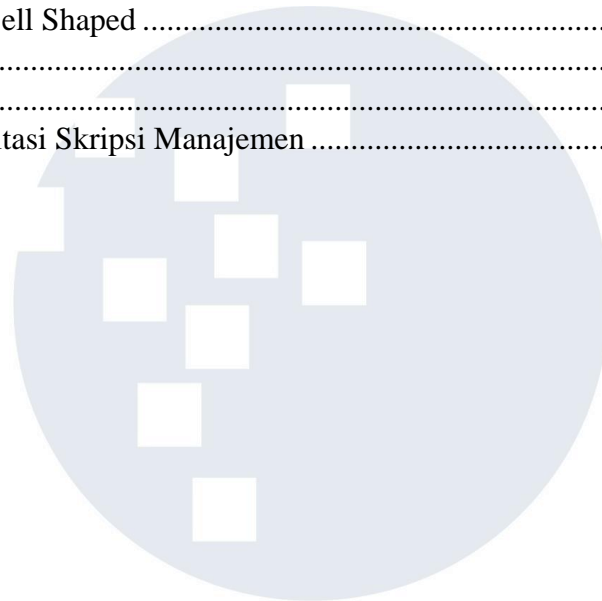
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 We Are Social Hootsuite.....	1
Gambar 1.2 Databooks Pelayanan Delivery Apps.....	3
Gambar 1.3 Katadata transaksi aplikasi Online Food Delivery 2022.....	4
Gambar 1.4 Katadata Pelayanan Dominasi Gen-Z dan Milenial.....	5
Gambar 1.5 Survey Voting Instagram	6
Gambar 1.6 Survey Data Penulis	7
Gambar 2.1 Gambar jurnal utama.....	18
Gambar 2.2 Rumus Menentukan Jumlah Sample oleh Rao Purba	20
Gambar 2.3 Model Penelitian	23
Gambar 3.1 Teknik Sampling	39
Gambar 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Gambar 4.2 Profil Responden Berdasarkan Umur.....	53
Gambar 4.3 Profil Responden Berdasarkan Domisili	53
Gambar 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
Gambar 4.5 Rata-rata Pendapatan Perbulan Responden.....	55
Gambar 4.6 Rata-rata Pengeluaran Perbulan Responden	55
Gambar 4.7 Aplikasi Delivery Yang Digunakan	56
Gambar 4.8 Durasi Lama Pemakaian Aplikasi Delivery Online	57
Gambar 4.9 Hasil Histogram Uji Normalitas.....	77
Gambar 4.10 Hasil Histogram Bell Shaped	77
Gambar 4.11 Ilustrasi Perubahan Fitur Grab	88
Gambar 4.12 Ilustrasi Ikon Fitur Gojek	89
Gambar 4.13 Ilustrasi Gojek Review Customer dan Driver	90
Gambar 4.15 Ilustrasi ShopeeFood Price Awal.....	92
Gambar 4.16 Ilustrasi Trust Application Awal	94

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR LAMPIRAN

Product Quality	104
Service Quality	104
Price.....	105
Trust	105
Purchased Decision	106
Uji Histogram.....	107
Uji Histogram Bell Shaped	108
Kuesioner	108
Turnitin.....	113
Formulir Konsultasi Skripsi Manajemen	114



UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA