

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA APLIKASI, DAN  
PROMOSI RESTAURANT MELALUI APLIKASI GRABFOOD  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PESAN ANTAR MAKANAN  
ONLINE GRABFOOD DI KOTA SOLO**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen

**Peminatan :  
Manajemen Pemasaran**



Diajukan oleh :  
**NAUFAL RENDY FEBRIAN**  
**NIM. 1821100027**

**FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS  
WIDYA DHARMA KLATEN  
2022**

**HALAMAN JUDUL**  
**\PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA APLIKASI, DAN**  
**PROMOSI RESTAURANT MELALUI APLIKASI GRABFOOD**  
**TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PESAN ANTAR MAKANAN**  
**ONLINE GRABFOOD DI KOTA SOLO**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen

**Peminatan :**  
**Manajemen Pemasaran**



Diajukan oleh :  
**NAUFAL RENDY FEBRIAN**  
**NIM. 1821100027**

**FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS**  
**WIDYA DHARMA KLATEN**

**2022**

**HALAMAN PERSETUJUAN**  
**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA APLIKASI, DAN**  
**PROMOSI RESTAURANT MELALUI APLIKASI GRABFOOD**  
**TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PESAN ANTAR MAKANAN**  
**ONLINE GRABFOOD DI KOTA SOLO**

Diajukan Oleh :

**NAUFAL RENDY FEBRIAN**

**1821100027**

Telah disetujui pembimbing untuk dipertahankan di hadapan Dewan Penguji  
Skripsi Program Studi Manajemen Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas

Widya Dharma Klaten

Pada Tanggal .....

**Pembimbing Utama**



**H Imam Santosa, SE, MM**

**NIK 690 490 190**

**Pembimbing Pendamping**



**Hj. Anis Marjukah S.E.,M.M**

**NIK. 690 994 143**

**Mengetahui,**

**Ketua Prodi Studi Manajemen**



**Abdul Haris, S.E, M.M, M.Pd**

**NIK 690 098 194**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA APLIKASI,  
DAN PROMOSI RESTAURANT MELALUI APLIKASI  
GRABFOOD TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PESAN ANTAR MAKANAN ONLINE GRABFOOD DI  
KOTA SOLO**

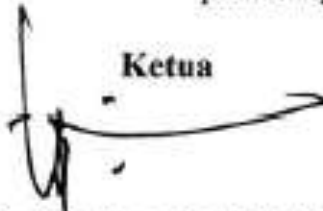
Diajukan Oleh :

**NAUFAL RENDY FEBRIAN**

NIM. 1821100027

Telah dipertahankan dan disetujui oleh Dewan Penguji Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten dan Diterima sebagai persyaratan memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada tanggal .....

**Ketua**



Dr. Sutrisno Badri, M.Sc  
NIK. 690 208 290

**Sekretaris**



Abdul Haris, S.E., M.M., M.Pd  
NIK. 690 098 194

**Pembimbing Utama**



H. Iqram Santosa, S.E., M.M.  
NIK. 690 490 190

**Pembimbing Pendamping**



Hj. Anis Marjulah S.E., M.M  
NIK. 690 301 250

Disahkan Oleh :

**Dekan Fakultas Ekonomi**



Dr. Sutrisno Badri, M.Sc  
NIK. 690 208 290

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di  
bawah ini :

Nama : NAUFAL RENDY FEBRIAN

NIM : 1821100027

Program Studi : MANAJEMEN

Fakultas : EKONOMI

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi :

Judul : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA  
APLIKASI, DAN PROMOSI RESTAURANT  
MELALUI APLIKASI GRABFOOD TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PESAN ANTIK  
MAKANAN ONLINE GRABFOOD DI KOTA SOLO

Adalah benar-benar karya saya sendiri dan bebas plagiat. Hal-hal yang bukan merupakan karya saya dalam skripsi ini telah diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pembatalan ijazah dan pencabutan gelar sarjana yang saya peroleh dari skripsi ini.

Klaten, April 2022  
Penulis  
  
Naufal Rendy Febrian



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahrabbi'l'alamiin, segala puji Allah SWT atas limpah dan rahmat, hidayah dan karuniaNya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Rasulullah Muhammad SWA, yang menjadi suri tauladan bagi umat Islam. Semoga kita diistiqomahkan dalam menjalankan setiap Sunnah-sunnah beliau. Aamiin.

Penulis persembahkan skripsi ini untuk orang-orang yang senantiasa mendukung, membantu, dan mendoakan dalam proses meraih gelar Sarjana Manajemen, diantaranya :

1. Orang tua saya, Bapak Ari Tri W dan Ibu Sri Purwanti yang selalu memberikan do'a yang tulus serta memotivasi untuk terus berusaha dan ikhlas.
2. Keluarga mertua Bapak Giyono, yang selalu memberikan do'a yang tulus serta memotivasi dan memberikan semangat dan ikhlas.
3. Istri saya, yang selalu memberikan semangat, motivasi, do'a serta selalu siap dalam membantu menyelesaikan skripsi ini dengan tulus.
4. Kakek nenek saya yang sudah merawat saya dari kecil sampai besar umur 24 tahun sampai saat ini.
5. Adek saya Nancy Syaffira yang memotivasi saya setiap berangkat kuliah.
6. Teman-teman semua nya di Desa Kwaren, Ngawen, Klaten.
7. Teman-teman kuliah yang sudah saya repotkan selama bersama dibangku perkuliahan.
8. Bapak dan Ibu dosen Universitas Widya Dharma yang selalu tulus untuk membimbing saya dan teman-teman di bangku perkuliahan.
9. dan semua orang yang selalu support saya untuk selalu berbuat lebih baik sampai saat ini yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu.

## **MOTTO**

“ Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(QS. Al Baqarah  
: 286)

“ Sesungguhnya bersamaan dengan kesusahan dan kesempitan itu terdapat kemudahan dan kelapangan. “

(QS. Al  
Insyirah : 5)

Jadilah orang yang selalu berusaha mencoba dalam hal kebaikan.

Pantang menyerah menghadapi kehidupan :)

## KATA PENGANTAR

**Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.**

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT atas segala limpahan dan rahmat dan hidayahNya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Aplikasi, Dan Promosi Restaurant melalui aplikasi Grabfood terhadap keputusan pembelian pesan antar makanan online grabfood di kota solo.” dengan tepat waktu. Sholawat serta salam semoga tetap tercurah limpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang menjadi suri tauladan bagi semua umat, yang kita nantikan syafa'atnya di hari kiamat kelak dan semoga kita diistiqomahkan menjalankan sunnah-sunnah beliau.

Skripsi ini disusun dengan tujuan untuk melengkapi sebagian persyaratan guna meraih gelar Sarjana Manajemen di Universitas Widya Dharma Klaten. Penulis menyadari bahwa dengan kemampuan yang terbatas, baik pengalaman ataupun pengetahuan yang dimiliki, skripsi ini masih dikatakan belum sempurna. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak.

Skripsi ini tersusun bukan hanya dengan kemampuan penulis semata, akan tetapi mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak dalam penyelesaiannya. Atas semua kontribusi tersebut, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Triyono, M.Pd, selaku Rektor Universitas Widya Dharma Klaten.
2. Dr. Sutrisno Badri, M.Sc, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten.
3. H. Abdul Haris, S.E.,M.M.,M.Pd, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Klaten.



4. H. Imam Santosa, SE, MM, selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktu serta dengan sabar dan ikhlas memberikan masukan, bimbingan, dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Hj. Anis Marjukah S.E.,M.M, selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu serta dengan sabar dan ikhlas memberikan masukan, bimbingan, dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Segenap dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan banyak ilmu dan pelayanan yang baik selama penulis menempuh pendidikan.
7. Kantor Grab Cabang Solo, yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian ini.
8. Semua Customer aplikasi Grab khususnya pada fitur grabfood yang telah membantu mengisi kuesioner.

Semoga Allah SWT membalasa semua kebaikan pihak-pihak terkait yang dengan ikhlas memberikan do'a, semangat, bantuan, dan bimbingannya. Meskipun masih jauh dari kata sempurna, diharapkan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak. Aamiin.

Wassalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh.

Klaten, April 2022  
Penulis,

Naufal Rendy Febrian

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>MOTTO</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>ABSTRAK</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Alasan Pemilihan Judul .....	5
C. Penegasan Judul .....	6
D. Pembatasan Masalah .....	7
E. Perumusan Masalah .....	8
F. Tujuan Penelitian .....	8
G. Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	11

A. Pengertian Kualitas Pelayanan .....	11
B. Pengertian Harga .....	13
C. Pengertian Promosi .....	20
D. Pengertian Keputusan Pembelian .....	31
E. Penelitian Terdahulu .....	36
F. Kerangka Pikir dan Hipotesis .....	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
A. Ruang Lingkup Penelitian .....	41
B. Tempat Dan Waktu Penelitian .....	41
C. Populasi, Sampel dan Metode Pengambilan Sampel ...	41
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian ..	43
E. Definisi Operasional Variabel .....	44
F. Uji Hipotesis.....	45
1. Uji Validitas .....	46
2. Uji Reliabilitas .....	47
3. Regresi Linier Berganda .....	48
4. Uji Hipotesis .....	49
5. Koefisien Determinasi .....	51
G. Metodologi Analisa Data .....	52
H. Sistematika Penulisan.....	52
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>54</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	54
1. Sejarah Grab .....	54

2. Gambaran Umum Responden .....	62
3. Hasil Penelitian .....	65
a) Deskripsi Variabel Penelitian.....	65
b) Uji Instrumen 1. Validitas .....	72
c) Uji Instrumen 2. Reliabilitas.....	75
B. Pengujian Hipotesis Penelitian .....	76
C. Pembahasan .....	85
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>88</b>
A. Kesimpulan .....	88
B. Saran .....	89
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>91</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pikir dan Hipotesis .....	39

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu .....	36
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	62
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	63
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	64
Tabel 4.4. Deskripsi Variabel Penelitian .....	65
Tabel 4.5. Deskripsi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan .....	67
Tabel 4.6. Deskripsi Frekuensi Variabel Harga .....	68
Tabel 4.7. Deskripsi Frekuensi Variabel Promosi .....	70
Tabel 4.8. Deskripsi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian .....	71
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan .....	73
Tabel 4.10. Hasil Uji Validitas Harga .....	74
Tabel 4.11. Hasil Uji Validitas Promosi .....	74
Tabel 4.12. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian .....	75
Tabel 4.13. Hasil Uji Reliabilitas .....	76
Tabel 4.14. Analisis Regresi Linier Berganda .....	77
Tabel 4.15. Hasil Uji t .....	82
Tabel 4.16. Hasil Uji f .....	83
Tabel 4.17. Koefisien Determinasi .....	85

## ABSTRAK

**Naufal Rendy Febrian, 1821100027. Skripsi. Program Studi Manajemen. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Aplikasi, Dan Promosi Restaurant melalui aplikasi grabfood terhadap Keputusan Pembelian pesan antar makanan online grabfood di kota Solo.**

Tujuan penelitian ini adalah 1) Untuk menguji pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pesan antar makanan online grabfood di kota Solo, 2) Untuk menguji pengaruh Harga Aplikasi terhadap Keputusan Pembelian pesan antar makanan online grabfood di kota Solo, 3) Untuk menguji pengaruh Promosi Restaurant terhadap Keputusan Pembelian pesan antar makanan online grabfood di kota Solo, 4) Untuk menguji pengaruh secara simultan Kualitas Pelayanan, Harga Aplikasi, dan Promosi Restaurant terhadap Keputusan Pembelian pesan antar makanan online grabfood di kota Solo, 5) Untuk mengetahui variabel yang paling berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pesan antar makanan online grabfood di kota Solo.

Teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi, dan kuesioner. Sampel dalam penelitian ini sejumlah 100 orang customer pada aplikasi grabfood di kota Solo. Variabel dalam penelitian ini yaitu variabel bebas : Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Promosi ( $X_3$ ), dan variabel terikat yaitu : Keputusan Pembelian pesan antar makanan online grabfood ( $Y$ ). Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, data diolah dengan program SPSS.

Dari hasil uji t dapat diketahui pengaruh yang signifikan secara sendiri-sendiri antara Kualitas Pelayanan, Harga Aplikasi, Promosi Restaurant, terhadap Keputusan Pembelian pesan antar makanan online grabfood di kota Solo . Karena t hitung Kualitas Pelayanan = 8,194 , Harga Aplikasi = 8,313 , Promosi Restaurant = 4,394 . Kelima variabel tersebut  $> t_{tabel}$  yaitu 1,986. Dari perhitungan uji f didapatkan  $f_{hitung}$  sebesar 108,491  $> f_{tabel}$  sebesar 2,311. Dengan demikian hipotesisnya berbunyi 1) Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pesan antar makanan online grabfood, 2) Harga Aplikasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pesan antar makanan online grabfood, 3) Promosi Restaurant berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pesan antar makanan online grabfood, 4) Kualitas Pelayanan, Harga Aplikasi, Promosi Restaurant, memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pesan antar makanan online grabfood. 5) Harga Aplikasi variabel paling berpengaruh.

Kata Kunci : *Kualitas Pelayanan, Harga Aplikasi, Promosi Restaurant, Keputusan Pembelian.*

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pada era modern saat ini, perkembangan teknologi khususnya teknologi informasi dan komunikasi telah berkembang sangat pesat. Teknologi telah mendorong memberikan perubahan, sehingga tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari manusia. Pada akhirnya manusia sangat tergantung pada keberadaan teknologi untuk menunjang aktivitas kegiatannya yang menginginkan sesuatu yang cepat dan praktis. Dengan perkembangan teknologi yang kian maju, mendorong inovasi baru pembuatan aplikasi pada smartphone guna mendukung segala aktivitas yang diperlukan.

Berkaitan dengan semakin ketatnya persaingan bisnis khususnya dalam bidang layanan pesan antar makanan, maka untuk dapat memenangkan persaingan agar tetap dapat bertahan, perusahaan dapat mengukur perilaku seseorang konsumen melalui sikapnya terhadap suatu objek tertentu. Kotler dan Keller (2016:179), perilaku konsumen yaitu sebagai studi tentang bagaimana tindakan individu, organisasi, dan kelompok dalam membeli, memilih dan menggunakan ide, produk maupun jasa dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Berdasarkan dari perilaku konsumen tersebut perusahaan dapat menetapkan strategi yang efektif dan efisien terhadap produk atau jasa dengan memahami apa yang diinginkan konsumen. Dengan adanya strategi yang baik



maka perusahaan akan memiliki standar prestasi atau keunggulan untuk dapat menciptakan keputusan pembelian ulang. Hal ini akan terciptanya keputusan pembelian ulang yang dilakukan oleh konsumen sehingga tidak berpindah ke perusahaan pesaing. Beberapa tahun belakangan ini, muncul berbagai jenis aplikasi yang memudahkan konsumen dalam melakukan suatu pembelian secara online di bidang barang atau jasa, bidang pelayanan jasa, maupun bidang transportasi. Salah satu perusahaan yang memanfaatkan peluang tersebut yaitu Grab.

Grab merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan transportasi maupun pelayanan jasa yang sudah terkenal di Indonesia. Grab telah mengembangkan beberapa fitur layanan diantaranya: GrabTaxi (Pengantaran penumpang dengan taxi), GrabCar (Pengantaran penumpang dengan mobil), GrabBike (Pengantaran penumpang dengan sepeda motor), GrabExpress (layanan kurir ekspres pengiriman barang), GrabFood (Pengiriman makanan), dan GrabHitch (layanan tebengan). Layanan pesan antar makanan secara online menjadi pilihan masyarakat yang ingin menikmati makanan dari restoran kesukaan namun tidak bisa atau enggan untuk pergi ke lokasi secara langsung. Di Indonesia, salah satu layanan pesan antar makanan secara online yaitu GrabFood. GrabFood merupakan fitur layanan yang sering digunakan untuk pemesanan dan pengantaran makanan kepada konsumen. Hanya dengan membuka fitur GrabFood dalam aplikasi Grab pada Smartphone, konsumen bisa memesan makanan dari rumah makan atau restoran yang sudah bekerja

sama dengan PT Grab. Makanan akan di pesan lalu diantar langsung oleh driver Grab menuju titik lokasi pengantaran konsumen.

Masalah yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu bahwa peneliti menemukan dari suatu artikel yaitu : ‘Makanan Terlalu Lama Diantar, Customer Grab ini Kecewa dengan Layanan GrabFood’. Dimana dalam artikel ini mengatakan bahwa Seorang customer Grab menyampaikan keluhan atas lambatnya pengiriman makanan yang dipesan lewat aplikasi itu ke sosial media. Customer menyampaikan unek-uneknya tersebut. Customer mengatakan harus menunggu makanan hingga satu jam, dan ketika diterima, makanan tersebut sudah dingin, hingga dia memutuskan untuk tidak memakannya. (<https://www.trasonlinewatch.com/makanan-terlalu-lama-diantar-customer-grab-ini-kecewa-dengan-layanan-grabfood/>).

Berdasarkan dari permasalahan tersebut artinya variabel kualitas layanan, harga, dan promosi itu berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang. Dari segi kualitas layanan permasalahan tersebut yaitu lambatnya pengiriman makanan yang telah dipesan oleh customer hingga customer rela menunggu satu jam dan ketika diterima makanan tersebut sudah dingin. Kualitas pelayanan menjadi sangat penting dimana ketika perusahaan memberikan kualitas pelayanan yang baik maka akan timbul kepuasan dari konsumen sehingga konsumen akan melakukan keputusan pembelian ulang.

Pada jurnal Hafid Okta Wibowo (2021) mengatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan tolak ukur dalam menentukan keputusan pembelian atau tidaknya seorang pengguna jasa, karena melalui kualitas pelayanan akan dapat

menilai kinerja dan merasakan puas atau tidaknya mereka dengan layanan yang diberikan oleh penyedia jasa. Dari segi harga permasalahan tersebut yaitu customer sudah memesan makanan, tagihan tunai yang harus dibayar customer nilainya lebih besar dibanding yang tertera di aplikasi GrabFood, alasannya restoran tersebut belum menjalin kerjasama dengan grab.

Harga mempunyai peranan penting bagi konsumen dalam mempertimbangkan pembelian. Pada jurnal Risa Mustika (2021) harga merupakan sesuatu yang sangat penting untuk dipertimbangkan oleh pembeli untuk memutuskan atau tidak membeli terhadap barang dan jasa yang dibutuhkan. Oleh sebab itu, penting bagi restoran dan perusahaan untuk saling berkomunikasi terlebih dahulu ketika ingin menjalin kerjasama membuka suatu layanan makanan, sehingga tidak menimbulkan kerugian yang dialami baik dari customer, driver, grab, dan restoran. Tidak hanya Kualitas Pelayanan dan Harga saja yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian ulang.

Dari segi promosi permasalahan tersebut yaitu customer kecewa dengan harga yang tidak sesuai yang diinginkan, karena ketika itu customer sudah menggunakan kode promo pada grabfood tapi kenyataannya harga yang tertera lebih mahal dari harga yang tertera di layanan aplikasi grabfood. Alasannya, Karena restoran tersebut belum menjalin kerja sama dengan grab. Pada jurnal Giyats (2020), menyatakan bahwa Promosi adalah kegiatan yang dilakukan perusahaan dengan tujuan utama untuk menginformasikan, membujuk, mempengaruhi, dan meningkatkan konsumen agar membeli

produk yang dihasilkan. Cara promosi merupakan cara yang paling tepat dan penting, karena dengan cara ini dapat menggugah konsumen untuk membeli suatu produk atau jasa. Seharusnya dari permasalahan tersebut, restoran yang belum kerja sama dengan grab tidak tercantum pada aplikasi layanan grabfood, sehingga tidak merugikan customer yang ingin memesan makanan pada restoran tersebut, apalagi customer yang sudah terlanjur pesan dengan menggunakan promo itu sangat merugikan sekali bagi customer.

Dari latar belakang tersebut, maka penelitian ini mengambil judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Aplikasi, Dan Promosi Restaurant Melalui Aplikasi Grabfood Terhadap Keputusan Pembelian Pesan Antar Makanan Online Grabfood di Kota Solo.

## **B. Alasan Pemilihan Judul**

Alasan pemilihan judul dalam penelitian ini adalah :

### 1. Alasan Objektif

Keputusan Pembelian Pesan Antar Makanan Online Grabfood di Kota Solo dapat terwujud dan meningkat jika Kualitas Pelayanan, Harga Aplikasi, dan Promosi Restaurant Melalui Aplikasi Grabfood memenuhi kebutuhan dari pembeli atau konsumen

### 2. Alasan Subjektif

a. Lokasi penelitian adalah tempat peneliti bekerja, sehingga memudahkan untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian.

b. Penelitian ini dilakukan untuk menyelesaikan study.

### **C. Penegasan Judul**

Berdasarkan judul yang penulis sampaikan dalam penulisan ini, maka perlu penulis tegaskan istilah-istilah yang ada dalam penelitian.

#### **1. Kualitas Pelayanan**

Kualitas Pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Kualitas pelayanan sendiri yang menjadi ukuran bagi pelanggan baik dan tidaknya suatu produk atau jasa yang telah mereka gunakan. Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. (Kotler,2019)

#### **2. Harga Aplikasi**

Kotler (2016), harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang ditukarkan oleh konsumen atas manfaat-manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga merupakan sejumlah pengorbanan yang dikeluarkan konsumen untuk memperoleh produk atau jasa yang diinginkan konsumen. Harga juga berperan untuk membantu konsumen dalam memperoleh manfaat produk atau jasa yang diharapkan konsumen. Harga aplikasi dalam penelitian ini adalah harga yang tercantum dalam aplikasi.

#### **3. Promosi Restaurant**

Menurut Tjiptono (2017) promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk perusahaan.

Menurut Rumekso (2002:2), Pengertian Restoran adalah tempat yang menyediakan makanan dan minuman untuk tamu, serta mempunyai fasilitas-fasilitas lain yang diperlukan, dan dikelola secara profesional untuk mendapatkan keuntungan.

Jadi bisa disimpulkan bahwa promosi restaurant adalah kegiatan yang dilakukan oleh manajemen tempat yang menyediakan makanan dan minuman untuk tamu dengan segala fasilitasnya untuk membujuk dan mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk perusahaan agar konsumen melakukan pembelian. (Naufal, 2022)

#### 4. Keputusan Pembelian

Buchari Alma (2016:96) mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, physical evidence, people, process.

### **D. Batasan Masalah**

Dalam penelitian ini peneliti hanya membatasi variabel Kualitas Pelayanan (Keandalan, Berwujud, Ketanggapan, Jaminan dan Empati), Harga Aplikasi (Harga makanan yang tertera di aplikasi grabfood) indikatornya adalah Keterjangkauan harga, Kesesuaian harga dengan kualitas produk, Daya

saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat. Selain itu variabel Promosi Restaurant dengan indikatornya iklan, personal selling dan promosi penjualan di aplikasi grabfood, serta Keputusan Pembelian Pesan Antar Makanan Online Grabfood di Kota Solo dengan indicator variabel ini adalah Pemenuhan kebutuhan, Pencarian informasi, Keunggulan dan kelemahan produk, Keputusan pemilihan dan Keinginan untuk berpindah.

#### **E. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah untuk:

1. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Pesan Antar Makanan Online Grabfood di Kota Solo?
2. Apakah terdapat pengaruh Harga Aplikasi terhadap Keputusan Pembelian Pesan Antar Makanan Online Grabfood di Kota Solo?
3. Apakah terdapat pengaruh Promosi Restaurant Melalui Aplikasi Grabfood Terhadap Keputusan Pembelian Pesan Antar Makanan Online Grabfood di Kota Solo?
4. Apakah terdapat pengaruh secara simultan Kualitas Pelayanan, Harga Aplikasi dan Promosi Restaurant Melalui Aplikasi Grabfood Terhadap Keputusan Pembelian Pesan Antar Makanan Online Grabfood di Kota Solo?
5. Dari 3 variabel bebas tersebut, variabel manakah yang paling dominan mempengaruhi Keputusan Pembelian Pesan Antar Makanan Online Grabfood di Kota Solo?

## **F. Tujuan Penelitian**

Tujuan daripada penelitian ini adalah untuk:

1. Menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Pesan Antar Makanan Online Grabfood di Kota Solo.
2. Menganalisis pengaruh Harga Aplikasi terhadap Keputusan Pembelian Pesan Antar Makanan Online Grabfood di Kota Solo.
3. Menganalisis pengaruh Promosi Restaurant Melalui Aplikasi Grabfood Terhadap Keputusan Pembelian Pesan Antar Makanan Online Grabfood di Kota Solo.
4. Menganalisis pengaruh secara simultan Kualitas Pelayanan, Harga Aplikasi, dan Promosi Restaurant Melalui Aplikasi Grabfood Terhadap Keputusan Pembelian Pesan Antar Makanan Online Grabfood di Kota Solo.
5. Menganalisis dari 3 variabel bebas tersebut, variabel manakah yang paling dominan mempengaruhi Keputusan Pembelian Pesan Antar Makanan Online Grabfood di Kota Solo.

## **G. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis
  - a. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat dijadikan tempat untuk menerapkan ilmu yang sudah diperoleh dibangku perkuliahan.

- b. Bagi Lembaga (Grab)



Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan masukan kepada PT. Grab kota Solo dalam memperhatikan Keputusan Pembelian Pesan Antar Makanan Online Grabfood di Kota Solo dengan memperhatikan Kualitas Pelayanan, Harga Aplikasi, dan Promosi Restaurant Melalui Aplikasi Grabfood.

c. Bagi Khalayak

Penelitian ini sebagai bahan acuan bagi peneliti selanjutnya untuk dapat mengembangkan variabel yang dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian Pesan Antar Makanan Online Grabfood di Kota Solo.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat :

a. Bagi Peneliti

Untuk meningkatkan pengetahuan, dan wawasan penulis mengenai Keputusan Pembelian Pesan Antar Makanan Online Grabfood di Kota Solo.

b. Bagi Khalayak

Dapat digunakan sebagai acuan untuk penelitian berikutnya, yang serupa dengan penelitian ini.

c. Bagi Perusahaan

Dapat digunakan untuk pertimbangan perusahaan, untuk membuat kebijakan guna meningkatkan Keputusan Pembelian Pesan Antar Makanan Online Grabfood di Kota Solo

5. Berdasarkan analisis uji F diperoleh hasil untuk besarnya F hitung sebesar  $108,491 > F$  tabel 2,311, maka  $H_0$  ditolak, yang berarti secara bersama-sama

ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen yang berupa Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Harga Aplikasi ( $X_2$ ), Promosi Restaurant ( $X_3$ ), terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pesan Antar Makanan Online Grabfood di Kota Solo. Jadi hipotesis terbukti kebenarannya

## **B. Saran**

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Berdasarkan hasil pembahasan di atas dapat kita berikan saran yaitu, diharapkan peneliti selanjutnya dapat dilakukan pada populasi dan sampel yang lebih besar lagi serta model penelitian yang berbeda atau dapat melakukan penelitian dengan variabel lain yang belum dimasukkan ke dalam penelitian ini.

2. Bagi Perusahaan

- a. *Grab* perlu mempertahankan Kualitas Pelayanan kepada pelanggandengan cara mempertahankan bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.
- b. *Grab* perlu mempertahankan Harga kepada pelanggan dengan cara mempertahankan harga yang diberikan dapat bersaing, keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, dan kesesuaian harga dengan manfaat produk.

- c. *Grab* perlu mempertahankan Promosi kepada pelanggan dengan cara mempertahankan periklanan (yang ditampilkan melalui media sosial, televisi, maupun media cetak, melakukan promosi penjualan (dalam bentuk diskon dan voucher), berpartisipasi dalam hubungan masyarakat (dengan melakukan sponsorship dan *special event*), serta melakukan pemasaran langsung (dengan menawarkan produk melalui pemberitahuan *GrabFood*).

## DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. 2016. *Mengukur Kualitas Layanan. Cetakan ke 1*. Yogyakarta: BPFE
- Arikunto, S. 2012. *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Assauri, Sofjan . 2009. *Strategic Marketing Sustaining Life Time Customer Value* . Depok: PT Raja Grafindo Persada .
- Chriswardana Bayu Dewa. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Penjualan Jasa GrabCar Terhadap Kepuasan Konsumen*. Jurnal Perspektif vol.16 ed.1 pp 1-6.
- Dewa Gede Adi Adnyana Ni Wayan Sri Suprapti. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Gojek Di Kota Denpasar*. Jurnal E- Manajemen Vol. 7, No. 11
- Ghozali, Imam. 2019. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS*. Edisi 7. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jasfar, Farida (2012). *Teori dan Aplikasi 9 Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa*. Jakarta Selatan: Salemba Empat .
- Ketmi Novrin Suriyanto dan Ety Istriani. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online Grab-Cardi Yogyakarta*. Artikel.
- Kotler dan Keller. 2019. *Manajemen pemasaran*. Jilid I. edisi ke 13 jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Managemen. (15th Edition)*. London :Pearson Education, Inc.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi3)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nugroho, Rizma and -, Sri Murwanti, S.E., M.M. (2018) *Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Taksi Online Go-Car di KotaSolo*. Skripsi thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Nursya'bani Purnama. 2016. *Manajemen Kualitas, Perspektif Global*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Ekonisia.

- Stanton, William J. 2018. Prinsip Pemasaran. Edisi ketujuh, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian I* 91. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto. 2018. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Buku Seru.
- Swasta, Basu dan Irawan. 2018. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta. Penerbit Liberty.
- Tjiptono, Fandy. 2017. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.