

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN
KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA APLIKASI GOFOOD DI KOTA
BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Reza Sultan Bajora Lubis
180910434**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2023**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN
KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA APLIKASI GOFOOD DI KOTA
BATAM**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh:
Reza Sultan Bajora Lubis
180910434**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2023**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Reza Sultan Bajora Lubis

NPM : 180910434

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

“Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Gofood Di Kota Batam”

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun

Batam, 24 Juli 2023



Reza Sultan Bajora Lubis
180910434

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN
KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA APLIKASI GOFOOD DI KOTA
BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh
Reza Sultan Bajora Lubis
180910434**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
Seperti tertera dibawah ini**

Batam, 24 Juli 2023



**David Humala Sitorus., S.E., M.M.
Pembimbing**



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, promosi dan kemudahan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Gofood di Kota Batam. Metode penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi yang terdapat penelitian ini merupakan pengguna yang telah membeli makanan atau minuman melalui aplikasi Gofood di Kota Batam yang tidak dapat diketahui jumlah pastinya. Teknik penentuan besar sampel digunakan rumus *lameshow* dengan hasil perhitungan sebanyak 100 responden dengan mempergunakan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini merupakan penelitian analisis regresi linier berganda dengan dapat dianalisis melalui uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji pengaruh dan uji hipotesis dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil pada analisis regresi linier berganda menemukan bahwa kualitas produk menghasilkan peningkatan keputusan pembelian sebesar 29,5%. Promosi menghasilkan peningkatan keputusan pembelian sebesar 15,6%. Kemudahan menghasilkan peningkatan keputusan pembelian sebesar 23,5%. Sementara itu, analisis koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa keputusan pembelian pada aplikasi GoFood di Kota Batam dapat dijelaskan sebesar 64,8% oleh kualitas produk, promosi dan kemudahan. Hasil penelitian pada uji hipotesis menunjukkan bahwa kualitas produk, promosi dan kemudahan dengan cara parsial ataupun simultan memiliki pengaruh yang positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Gofood.

Kata Kunci: Kemudahan, Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Promosi

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of product quality, promotion and convenience on purchasing decisions on the Gofood application in Batam City. The research method used is descriptive research with a quantitative approach. The population in this study are users who have purchased food or drinks through the Gofood application in Batam City whose exact number cannot be known. The technique for determining the sample size used the Lameshow formula with the results of calculating as many as 100 respondents using a purposive sampling technique. This research is a multiple linear regression analysis research that can be analyzed through data quality tests, classical assumption tests, influence tests and hypothesis testing with the help of SPSS software. The results of the multiple linear regression analysis found that product quality resulted in an increase in purchasing decisions of 29.5%. Promotion resulted in an increase in purchasing decisions of 15.6%. Convenience resulted in a 23.5% increase in purchasing decisions. Meanwhile, analysis of the coefficient of determination (R^2) shows that purchasing decisions on the GoFood application in Batam City can be explained by 64.8% by product quality, promotion and convenience. The results of the research on hypothesis testing show that product quality, promotion and convenience in a partial or simultaneous way have a positive and significant influence on purchasing decisions on the Gofood application.

Keywords: *Convenience, Product Quality, Promotion, Purchase Decision*

KATA PENGANTAR

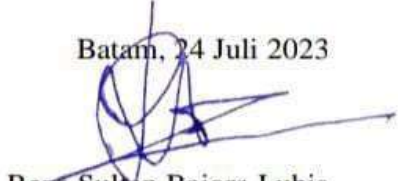
Segala puji hanya milik Allah SWT. Shalawat dan salam selalu tercurahkan kepada Rasulullah SAW. Berkat limpahan dan rahmat-Nya penulis mampu menyelesaikan laporan tugas yang telah diberikan oleh pihak Universitas Putera Batam (UPB). Skripsi ini dibuat sebagai syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan, baik dari penulisan maupun tata bahasa yang digunakan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan wujud tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Bapak David Humala Sitorus., S.E., M.M. selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu dan wawasannya kepada penulis melalui materi perkuliahan.
6. Pihak responden yang telah memberikan penulis kemudahan waktu dan kesempatan dalam melakukan penelitian dan menyelesaikan skripsi ini.
7. Almarhum ayah Ramli Lubis dan Ibu Frisca br Saragi yang senantiasa mendukung penulis dalam segala hal yang penulis lakukan.
8. Periani Manuntun Sigalingging yang banyak memberikan dukungan, motivasi, saran dan saling membantu dalam melakukan segala tugas selama perkuliahan dan yang selalu berjuang sama sama.
9. Teman-teman yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang senantiasa selalu membantu baik moral maupun materi, sehingga saya dapat melanjutkan penyusunan Skripsi ini hingga selesai pada akhirnya.

Semoga Tuhan membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu menyelesaikan Skripsi ini dengan melimpahkan rahmat dan karuniannya.

Batam, 24 Juli 2023


Reza Sultan Bajora Lubis



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Rumusan Masalah	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Penelitian.....	9
1.6.1 Secara Teoritis.....	9
1.6.2 Secara Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teori.....	11
2.1.1 Kualitas Produk	11
2.1.1.1 Pengertian Kualitas Produk	11
2.1.1.2 Kelompok Produk	12
2.1.1.3 Aspek Kualitas Produk.....	13
2.1.1.4 Indikator Kualitas Produk	14
2.1.2 Promosi.....	15
2.1.2.1 Pengertian Promosi	15
2.1.2.2 Tujuan Promosi	16
2.1.2.3 Tahapan Promosi.....	17
2.1.2.4 Indikator Promosi	19
2.1.3 Kemudahan.....	21
2.1.3.1 Pengertian Kemudahan.....	21
2.1.3.2 Faktor-Faktor Kemudahan	21
2.1.3.3 Dampak Kemudahan	23
2.1.3.4 Indikator Kemudahan	23
2.1.4 Keputusan Pembelian	25
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	25
2.1.4.2 Faktor-Faktor Keputusan Pembelian.....	26
2.1.4.3 Sub Keputusan Pembelian.....	27
2.1.4.4 Indikator Keputusan Pembelian	29
2.2 Penelitian Terdahulu	30

2.3	Kerangka Pemikiran.....	32
2.3.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.3.2	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	33
2.3.3	Pengaruh Kemudahan Keputusan Pembelian	33
2.4	Hipotesis.....	34
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Jenis Penelitian.....	35
3.2	Sifat Penelitian	35
3.3	Lokasi dan Periode Penelitian	36
3.3.1	Lokasi Penelitian	36
3.3.2	Periode Penelitian.....	36
3.4	Populasi dan Sampel	37
3.4.1	Populasi	37
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sampel.....	37
3.4.3	Teknik <i>Sampling</i>	38
3.5	Sumber Data	39
3.6	Metode Pengumpulan Data	39
3.7	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	41
3.7.1	Variabel Independen (X).....	41
3.7.2	Variabel Dependen (Y)	41
3.8	Metode Analisis Data	42
3.8.1	Uji Statistik Deskriptif	42
3.8.2	Uji Kualitas Data.....	43
3.8.2.1	Uji Validitas	43
3.8.2.2	Uji Reliabilitas.....	44
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	45
3.8.3.1	Uji Normalitas	45
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas	46
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas	47
3.8.4	Uji Pengaruh.....	48
3.8.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	48
3.8.4.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	49
3.9	Uji Hipotesis.....	49
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji <i>t</i>	49
3.9.2	Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji <i>F</i>	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	52
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden.....	53
4.2.1	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
4.2.2	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	53
4.2.3	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	54
4.2.4	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian	55
4.3	Deskripsi Jawaban Responden	56
4.3.1	Deskriptif Kualitas Produk (X1)	56
4.3.2	Deskriptif Promosi (X2).....	57

4.3.3	Deskriptif Kemudahan (X3).....	59
4.3.4	Deskriptif Keputusan Pembelian (Y).....	60
4.4	Analisis Data	61
4.4.1	Uji Kualitas Data.....	61
4.4.1.1	Uji Validitas	61
4.4.1.2	Uji Reliabilitas.....	64
4.4.2	Uji Asumsi Klasik	64
4.4.2.1	Uji Normalitas	64
4.4.2.2	Uji Multikolinearitas	67
4.4.2.3	Uji Heteroskedastisitas	67
4.4.3	Uji Pengaruh.....	68
4.4.3.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	68
4.4.3.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	70
4.5	Pengujian Hipotesis.....	70
4.5.1	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	70
4.5.2	Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F	72
4.6	Pembahasan.....	73
4.6.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	73
4.6.2	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	74
4.6.3	Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian	74
4.6.4	Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian	75
4.7	Implikasi Hasil Penelitian	75
	BAB V SIMPULAN DAN SARAN	78
5.1	Simpulan.....	78
5.2	Saran.....	78
	DAFTAR PUSTAKA	80
	Lampiran 1. Pendukung Penelitian	
	Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	
	Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Permasalahan Kemudahan Penggunaan Aplikasi.....	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	34
Gambar 4.1 Logo GoFood.....	52
Gambar 4.2 Uji Normalitas Dengan Histogram	65
Gambar 4.3 Uji Normalitas Dengan <i>Normal P-P Plot</i>	65
Gambar 4.4 Uji Heteroskedastisitas	68

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jenis Promosi GoFood dan ShopeeFood.....	4
Tabel 1.2 Nilai Transaksi Layanan Pesan Antar Makanan Indonesia 2022	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 3.1 Periode Penelitian.....	36
Tabel 3.2 Pemberian Skor Kuesioner	40
Tabel 3.3 Operasional Variabel.....	41
Tabel 3.4 Kategori Rentang Skala.....	43
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	55
Tabel 4.5 Rentang Skala.....	56
Tabel 4.6 Deskriptif Kualitas Produk.....	56
Tabel 4.7 Deskriptif Promosi	58
Tabel 4.8 Deskriptif Kemudahan	59
Tabel 4.9 Deskriptif Keputusan Pembelian.....	60
Tabel 4.10 Uji Validitas Kualitas Produk (X1).....	62
Tabel 4.11 Uji Validitas Promosi (X2).....	62
Tabel 4.12 Uji Validitas Kemudahan (X3).....	62
Tabel 4.13 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	63
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas.....	64
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	66
Tabel 4.16 Uji Multikolinearitas	67
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	69
Tabel 4.18 Hasil Uji Analisis Koefesien Determinasi (R^2).....	70
Tabel 4.19 Hasil Uji t (Parsial).....	71
Tabel 4.20 Hasil Uji f (Simultan).....	72

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Rumus <i>Lameshow</i>	37
Rumus 3.2 Rentang Skala	43
Rumus 3.3 <i>Product Moment</i>	44
Rumus 3.4 <i>Alpha Cronbach</i>	45
Rumus 3.5 Regresi Linier Berganda	48
Rumus 3.6 Koefisien Determinasi	49
Rumus 3.7 Uji t	50
Rumus 3.8 Uji f.....	51