

**ANALISIS PENGARUH DIGITAL MARKETING, KUALITAS  
PELAYANAN DAN HARGA PADA APLIKASI GOJEK FITUR GOFOOD  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(STUDI KASUS PADA MASYARAKAT YANG MEMPUNYAI APLIKASI  
GOFOOD DI WILAYAH SURABAYA BARAT)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh:

**DADANG WIJAYA**

**NPM : 19420058**

**PROGAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS WIJAYA KSUMA SURABAYA**

**2023**

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

**Nama** : Dadang Wijaya  
**NPM** : 19420058  
**Alamat** : Pondok Benowo Indah Blok YY/40  
**Program Studi** : Manajemen  
**Fakultas** : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan skripsi dengan judul “ANALISIS PENGARUH DIGITAL MARKETING, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA PADA APLIKASI GOJEK FITUR GOFOOD TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT YANG MEMPUNYAI APLIKASI GOFOOD DI WILAYAH SURABAYA BARAT)” adalah benar-benar karya saya sendiri dan bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 15 September 2023

Yang membuat pernyataan



(Dadang Wijaya)

NPM: 19420058



**HALAMAN PENGESAHAN**  
**SKRIPSI**  
**ANALISIS PENGARUH DIGITAL MARKETING, KUALITAS**  
**PELAYANAN DAN HARGA PADA APLIKASI GOJEK FITUR GOFOOD**  
**TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**  
**(STUDI KASUS PADA MASYARAKAT YANG MEMPUNYAI APLIKASI**  
**GOFOOD DI WILAYAH SURABAYA BARAT)**

**Diajukan oleh :**

**DADANG WIJAYA**

**NPM 19420058**

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH**

**DOSEN PEMBIMBING**

**Dr. Siti Djamilah, SE., M.Si**

**NIK/NIP. 94233-ET**

**KETUA PROGRAM STUDI**

**Tanggal,**

**Dr Adrianto Trimarjono, SE, MM**

**NIK/NIP. 09420-ET**

**Tanggal,**

**14 September 2023**



**SKRIPSI**

**ANALISIS PENGARUH DIGITAL MARKETING, KUALITAS  
PELAYANAN DAN HARGA PADA APLIKASI GOJEK FITUR GOFOOD  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(STUDI KASUS PADA MASYARAKAT YANG MEMPUNYAI APLIKASI  
GOFOOD DI WILAYAH SURABAYA BARAT)**

**Dipersiapkan dan disusun oleh:**

**DADANG WIJAYA**

NPM 19420058

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama

Anggota Dewan Penguji Lain

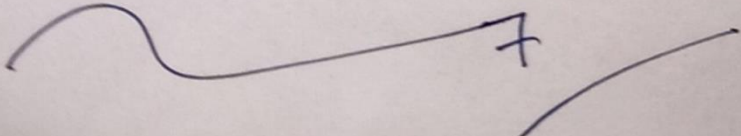
Dr. Siti Djamilah, SE., M.Si.

Ni Ketut Yulia Agustin, SE.MM

Anggota Dewan Penguji Lain

Atty Erdiana, SE.M.AK

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
Untuk memperoleh gelar sarjana manajemen  
Tanggal ...16... Agustus 2023

  
Dr Adrianto Trimarjono, SE, MM  
Ketua Program Studi Manajemen

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmatnya maka skripsi yang berjudul **“ANALISIS PENGARUH DIGITAL MARKETING, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA PADA APLIKASI GOJEK FITUR GOFOOD TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT YANG MEMPUNYAI APLIKASI GOFOOD DI WILAYAH SURABAYA BARAT)”** ini dapat penulis selesaikan dengan baik. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada S-1 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan, hal ini disebabkan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis. Untuk itu kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Dalam kesempatan ini, penulis menghaturkan banyak terima kasih kepada pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini. Terima kasih yang mendalam penulis persembahkan untuk :

1. Allah Subhanahu Wa Ta'ala, atas segala nikmat, kesehatan, kemudahan dan kelancaran, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

2. Orangtua tercinta Bapak Samsi dan Ibu Saringatin yang telah menyayangi dan mencintai dengan tulus serta memberikan banyak dukungan dalam penyelesaian penulisan skripsi.
3. Bapak Prof. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, dr., Sp.T.H.T.K.L. (K) selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
4. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM, M.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
5. Bapak Dr Adrianto Trimarjono, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
6. Ibu Dr. Siti Djamilah, SE., M.Si.selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu serta dengan sabar membimbing, memberikan arahan, bantuan serta saran bagi penulis selama skripsi sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
7. Ibu Maqbula Araochman, M.Ak selaku Dosen Wali yang telah memberikan arahan dan bantuan bagi penulis selama kuliah serta memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu dan pengajaran selama studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
9. Terimakasih untuk bolo-bolo Damai Kami Sepanjang Hari (DKSH) Andre, Beckham, Danur, Ridho, Yusuf, Galang, Reza, Arsen, Rizky, Bryan, Farel, Gilang, Rafly yang selalu memberi semangat serta memberi informasi selama 4 tahun masa perkuliahan.

10. Kalimat penyemangat untuk menyelesaikan skripsi :

**”URIP IKU URUP”**

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan segala bentuk saran dan kritik serta masukan yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang perpajakan.

Surabaya,

Penulis

Dadang Wijaya

## DAFTAR ISI

<b>COVER</b> .....	
<b>SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xiii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Skripsi .....	9
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA</b> .....	<b>11</b>
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Digital Marketing.....	11
2.1.2 Kualitas Pelayanan.....	13
2.1.3 Harga .....	16
2.1.4 Keputusan Pembelian .....	18
2.2 Penelitian Sebelumnya.....	20
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	22
2.3.1 Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian .....	22
2.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian .....	23
2.3.3 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	24



2.4 Model Penelitian.....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>26</b>
3.1 Jenis penelitian .....	26
3.2 Populasi dan sampel .....	26
3.2.1 Populasi penelitian .....	26
3.2.2 Sampel Penelitian.....	26
3.3 Identifikasi Variabel .....	28
3.4 Definisi Operasional Variabel .....	28
3.4.1 <i>Digital Marketing (X1)</i> .....	28
3.4.2 Kualitas Pelayanan (X2).....	29
3.4.3 Harga (X3).....	30
3.4.4 Keputusan Pembelian (Y).....	31
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	32
3.5.1 Jenis Data.....	32
3.5.2 Sumber Data .....	33
3.6 Prosedur Pengumpulan Data .....	33
3.7 Teknik Analisis Data .....	34
3.7.1 Uji Instrumen/Kualitas Data .....	35
3.7.2 Uji Hipotesis .....	36
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>39</b>
4.1 Gambaran Objek Penelitian .....	39
4.2 Deskripsi Hasil Penyebaran Kuesioner .....	41
4.2.1 Deskripsi Kriteria dan Identitas Responden .....	41
4.2.2 Deskripsi Jawaban Responden.....	45
4.3 Hasil Analisis Data .....	49
4.3.1 Hasil Uji Instrumen .....	49
4.3.3 Hasil Uji Hipotesis .....	53
4.4 Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	55
4.4.1 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	55

4.4.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.....	56
4.4.3 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	57
<b>BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN.....</b>	<b>59</b>
5.1 Simpulan .....	59
5.2 Saran .....	59
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	61
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>62</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Sebelumnya .....	20
Tabel 3.1 Skala <i>Likert</i> .....	35
Tabel 4.1 Kriteria Responden.....	43
Tabel 4.2 Identitas Reponden Berdasarkan Usia .....	44
Tabel 4.3 Identitas Reponden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	44
Tabel 4.4 Identitas Reponden Berdasarkan Pekerjaan.....	45
Tabel 4.5 Identitas Reponden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku per Bulan ....	45
Tabel 4.6 Identitas Reponden Berdasarkan Status Pernikahan .....	46
Tabel 4.7 Identitas Reponden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	46
Tabel 4.8 Skor Jawaban .....	47
Tabel 4.9 Kategori Masing-Masing Variabel.....	48
Tabel 4.10 Disitribusi Jawaban Responden Variabel <i>Digital Marketing</i> .....	48
Tabel 4.11 Disitribusi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan.....	49
Tabel 4.12 Disitribusi Jawaban Responden Variabel Harga.....	49
Tabel 4.13 Disitribusi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	50
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas .....	51
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas .....	52
Tabel 4.16 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	52
Tabel 4.18 Hasil Uji t.....	55

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Nilai Transaksi Layanan Pesan Antar Makanan Indonesia (2022) .....	3
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	25
Gambar 4.1 Logo <i>Go-Food</i> .....	41
Gambar 4.2 Tampilan Aplikasi <i>Go-Food</i> .....	42
Gambar 4.4 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh <i>Digital Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	55
Gambar 4.5 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.....	56
Gambar 4.6 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	57



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I KUESIONER PENELITIAN.....	67
LAMPIRAN II HASIL UJI STATISTIK DESKRIPTIF.....	74
LAMPIRAN III HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS .....	93
LAMPIRAN IV HASIL UJI ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA .....	99

## ABSTRAK

“Apakah *Digital Marketing*, Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh signifikan Terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Gojek Fitur Gofood (Studi Kasus Pada Masyarakat Yang Mempunyai Aplikasi Gofood Di Wilayah Surabaya Barat)” ialah bagian dari tujuan dilakukannya penelitian ini. Metode yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, yang berfokus pada melihat bagaimana variabel-variabel yang berbeda berhubungan satu sama lain. Warga wilayah Surabaya Barat menjadi sampel penelitian. Sampel yang dipakai yakni *Purposive sampling* dengan kriteria responden pernah melihat kegiatan pemasaran atau promosi GoFood di internet atau media digital dan responden yang mempunyai aplikasi GoFood. “Sembilan puluh sembilan (99) responden ialah sampel yang diolah dengan penyebaran kuesioner secara online melalui media sosial sebagai pengumpulan data”. IBM Statistic SPSS versi 25 ialah cara pengolahan data, teknik analisis linier berganda dilakukan guna menganalisis data. Berdasarkan temuan penelitian hipotesis pertama dapat dibuktikan bahwa “digital marketing berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Gofood”. Hipotesis kedua dapat dibuktikan bahwa, “kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Gofood”. Hipotesis ketiga dapat dibuktikan bahwa, “harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Gofood”.

**Kata Kunci: Digital Marketing, Kualitas Pelayanan, Harga, Keputusan Pembelian**

## **ABSTRACT**

*“Do Digital Marketing, Service Quality and Price have a significant effect on Purchase Decisions on Gojek Applications Gofood Features (Case Study in Communities That Have Gofood Applications in the West Surabaya Region)” is part of the purpose of conducting this research. The method employed is quantitative research, which focuses on looking at how different variables relate to one another. Residents of the West Surabaya region made up the study's sample. The sample used was purposive sampling with the criteria that respondents had seen GoFood marketing or promotional activities on the internet or digital media and respondents who had the GoFood application. “Ninety-nine (99) respondents are samples that were processed by distributing questionnaires online via social media as data collection”. IBM Statistics SPSS version 25 is a data processing method, multiple linear analysis techniques are used to analyze data. Based on the findings of the first hypothesis research, it can be proven that, “digital marketing has a significant effect on Gofood purchasing decisions”. The second hypothesis can be proven that, “service quality has a significant effect on Gofood purchasing decisions”. The third hypothesis can be proven that, “price has a significant effect on Gofood purchasing decisions”.*

**Keywords: Digital Marketing, Service Quality, Price, Purchase Decision**