

SKRIPSI

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *ONLINE CUSTOMER RATING*, DAN
ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK KULINER PADA APLIKASI *ONLINE FOOD DELIVERY*
(GRABFOOD, GOFOOD, SHOPEEFOOD)**

Diajukan Sebagai Salah Satu

**Syarat Untuk Mendapatkan
Gelar Sarjana**



Diajukan Oleh:

CHAYANING DEWI

NPM : 22420153

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2026

SKRIPSI

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *ONLINE CUSTOMER RATING*, DAN
ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK KULINER PADA APLIKASI *ONLINE FOOD DELIVERY*
(GRAB FOOD, GOFOOD, SHOPPEFOOD)**

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma
Surabaya Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**



Disusun Oleh:

CHAYANING DEWI

NPM : 22420153

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2026

SKRIPSI

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *ONLINE CUSTOMER RATING*, DAN
ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK KULINER PADA APLIKASI *ONLINE FOOD DELIVERY*
(*GRABFOOD*, *GOFOOD*, *SHOPEEFOOD*)**

Diajukan Oleh:

Chayaning Dewi

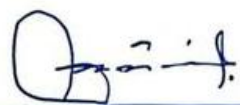
22420153

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama


Lestari, SE., MM

Anggota Dewan Penguji Lain


Prof. Dr. Wahyudiono, S.E., M.M.



Hendra Prasetya, S.E., M.Ak.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Tanggal.....29 Jan 2026.....


Dwi Indah Mustikorini, SE., MM

Ketua Program Studi

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *ONLINE CUSTOMER RATING*, DAN
ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK KULINER PADA APLIKASI *ONLINE FOOD DELIVERY*
(*GRABFOOD*, *GOFOOD*, *SHOPEEFOOD*)**

Diajukan Oleh:

Chayaning Dewi

22420153

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

DOSEN PEMBIMBING


Lestari S.E., M.M.

Tanggal, 3 Januari 2026

KETUA PROGRAM STUDI


Dwi Indah Mustikorini, SE., MM

Tanggal, 3 Januari 2026

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa di dalam naskah Skripsi tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh diri saya sendiri atau orang lain untuk memperoleh gelar akademik, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam bagian utama Skripsi dan Daftar Pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiat, maka saya bersedia jika disertasi digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (SARJANA MANAJEMEN) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundangundangan yang berlaku.

Surabaya, 15 Januari 2026

Yang membuat pernyataan



Chayaning Dewri
22420153

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Digital Marketing, Online Customer Rating, dan Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian Produk Kuliner pada Aplikasi *Online food delivery* (GrabFood, GoFood, dan ShopeeFood)” dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa penyelesaian karya ilmiah ini tidak terlepas dari berbagai hambatan serta dukungan, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan apresiasi dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu dan memberikan kontribusi, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Atas segala bantuan, motivasi, serta kontribusi yang telah diberikan, penulis dengan tulus menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Kepada Tuhan Yang Maha Esa, penulis mengucapkan puji dan syukur atas kasih dan tuntunan-Nya yang senantiasa menyertai penulis dalam setiap tahap penyusunan karya ilmiah ini.
2. Prof. Dr. Ir. Rr. Nugrahini Susantinah Wisnujati, M.Si, selaku rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
3. Ibu Dr. Pratiwi Dwi Karjati, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Ibu Dwi Indah Mustikorini, SE., MM Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
5. Bapak Lestari, SE.,MM. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia menyempatkan dan meluangkan waktu dalam mengarahkan, membimbing, serta memberi saran yang sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi dengan baik
6. Ibu Dra. Atty Erdiana, M.Si selaku dosen wali yang telah membantu saya memberikan arahan dan nasihat dari awal perkuliahan.
7. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan ilmu dalam kegiatan belajar mengajar selama di kampus.

8. Seluruh staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma surabaya yang terkait pelayanan administrasi selama masa perkuliahan.
9. Untuk kedua orang tua saya dan kakak saya yang sangat berjasa dalam hidup penulis. Terima kasih atas segala doa, cinta, dan pengorbanan yang tidak pernah putus, bahkan saat penulis berada di titik paling lelah dan rapuh. Setiap nasihat, kesabaran, dan dukungan yang diberikan baik yang terucap maupun yang dipendam menjadi kekuatan terbesar untuk terus melangkah. Tidak ada kata yang mampu membalas segala jerih payah, pengorbanan, dan cinta tulus yang telah diberikan tanpa pamrih.
10. Kepada Rasyid Nur Rachman Wijaya Terimakasih telah menjadi bagian proses perjalanan penulis menyusun skripsi. Berkontribusi baik tenaga, waktu, menemani, mendukung, serta menghibur penulis dalam keadaan sedih, mendengarkan keluh kesah dan menyakinkan penulis untuk panang menyerah sehingga penyusunan skripsi ini terselesaikan.
11. Kepada teman-teman saya yang tergabung dalam Kupu-Kupu Kampus, yaitu Salsa Bella, Afinda Maulya, Nailiatul, Syavalma, Faelza Nur, Risma Nur, dan Dwi Lailatul, yang telah memberikan dukungan, kebersamaan, serta semangat kepada penulis selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
12. Kepada teman saya Imanuella Yesa dan Christina Valensia yang telah memberikan dukungan, kebersamaan, serta semangat kepada penulis selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
13. *Last but not least*, Chyaning Dewi, ya diri saya sendiri. Terima kasih telah bertahan sejauh ini, meski sering merasa lelah, ragu, dan ingin menyerah. Terima kasih karena tetap melangkah di tengah tangis yang tak selalu bisa diceritakan dan beban yang dipikul sendirian. Setiap proses yang dilalui, setiap air mata yang jatuh, dan setiap doa yang terucap menjadi bukti bahwa perjuangan ini tidak mudah, namun penulis berhasil melewatinya dengan penuh keteguhan. Semoga segala lelah dan luka yang pernah ada menjadi kekuatan untuk melangkah lebih baik ke depan.

Penulis

(Chyaning Dewi)

ABSTRAK

Perkembangan layanan *online food delivery* seperti GrabFood, GoFood, dan ShopeeFood telah memengaruhi perilaku pembelian masyarakat perkotaan. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh Digital Marketing, Online Customer Rating, dan Online Customer Review terhadap keputusan pembelian produk kuliner pada aplikasi *online food delivery* di Surabaya. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan survei terhadap konsumen yang pernah melakukan pembelian melalui aplikasi tersebut, menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan dengan uji validitas, reliabilitas, dan regresi linier berganda menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Digital Marketing, Online Customer Rating, dan Online Customer Review berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, baik secara parsial maupun simultan. Temuan ini menegaskan pentingnya strategi pemasaran digital serta pengelolaan rating dan ulasan pelanggan dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci: *Digital Marketing, Online Customer Rating, Online Customer Review, Keputusan Pembelian, Online food delivery.*

ABSTRACT

The growth of online food delivery services such as GrabFood, GoFood, and ShopeeFood has influenced urban consumers' purchasing behavior. This study aims to analyze the effect of Digital Marketing, Online Customer Rating, and Online Customer Review on purchasing decisions for culinary products on online food delivery applications in Surabaya. This research employs a quantitative approach using a survey method with purposive sampling of consumers who have made purchases through these platforms. Data were analyzed using validity and reliability tests as well as multiple linear regression with SPSS. The results indicate that Digital Marketing, Online Customer Rating, and Online Customer Review have a positive and significant effect on purchasing decisions, both partially and simultaneously. These findings highlight the importance of effective digital marketing strategies and well-managed customer ratings and reviews in influencing consumer purchase decisions.

Keywords: Digital Marketing, Online Customer Rating, Online Customer Review, Purchasing Decision, Online food delivery.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	16
1.3 Tujuan Penelitian	16
1.4 Manfaat Penelitian	17
1.5 Sistematis Skripsi	18
BAB II	20
TELAAH PUSTAKA	20
2.1 Landasan Teori.....	20
2.1.1 Pengertian Pemasaran	20
2.1.2 Digital Marketing	24
2.1.3 Online Customer Rating	35
2.1.4 Online Customer Review.....	40
2.1.5 Keputusan Pembelian	46
2.2 Penelitian Sebelumnya.....	51

2.3 Pengembangan Hipotesis.....	607y
2.3.1 Hipotesis.....	60
2.4 Kerangka Konseptual.....	61
BAB III	62
METODE PENELITIAN	62
3.1 Pendekatan Penelitian	62
3.2 Populasi dan Sampel.....	62
3.2.1 Populasi.....	62
3.2.2 Sampel.....	62
3.3 Identifikasi Variable	64
3.3.1 Variabel Independen Dependen (Y)	64
3.3.2 Variabel Independen (X)	64
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	64
3.5 Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	67
3.5.1 Jenis Data.....	67
3.5.2 Sumber Data	68
3.6 Prosedur Pengumpulan Data.....	69
3.7 Teknik Analisa Data	71
3.7.1 Uji Validitas	71
3.7.2 Uji Reliabilitas	71
3.7.3 Uji Regresi Linear Berganda	72
3.7.4 Uji Hipotesis.....	73
BAB IV	75
HASIL DAN PEMBAHASAN	75
4.1 Gambaran Objek Penelitian	75
4.1.1 Sejarah <i>Online food delivery</i>	75
4.2 Hasil Penelitian.....	76
4.2.2 Karakteristik Responden	76
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian	78
4.3.1 Deskripsi Jawaban Responden	79

4.4 Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	86
4.4.1 Hasil Uji Validitas.....	86
4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas	88
4.4.3 Regresi Linier Berganda.....	89
4.5 Uji Hipotesis.....	90
4.5.1 Koefisien Determinasi.....	90
4.5.2 Uji F	91
4.5.3 Uji T.....	92
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	93
4.6.1 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian	94
4.6.2 Pengaruh <i>Online Customer Rating</i> terhadap Keputusan Pembelian	95
4.6.3 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian	96
4.6.4 Pengaruh <i>Digital Marketing, Online Customer Rating, dan Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	96
BAB V.....	98
SIMPULAN DAN SARAN	98
5.1 Simpulan Penelitian	98
5.2 Keterbatasan Penelitian	99
5.3 Saran Penelitian	100
DAFTAR PUSTAKA.....	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	4
Gambar 1. 2	9
Gambar 1. 3	12
Gambar 2. 1	61

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	51
Tabel 3. 1	65
Tabel 3. 2	70
Tabel 4. 1	77
Tabel 4. 2	77
Tabel 4. 3	78
Tabel 4. 4	79
Tabel 4. 5	79
Tabel 4. 6	81
Tabel 4. 7	83
Tabel 4. 8	84
Tabel 4. 9	86
Tabel 4. 10	88
Tabel 4. 11	89
Tabel 4. 12	90
Tabel 4. 13	91
Tabel 4. 14	92

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUISIONER PENELETIAN.....	107
LAMPIRAN II DATA TABULASI.....	114
LAMPIRAN III HASIL OLAH DATA SPSS.....	131