

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat dan rahmatNya, sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan.

Tugas akhir dalam bentuk skripsi yang berjudul **“Dampak Layanan Digital Payment Serta Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Grabfood Selama Masa Pandemic Di Area Jakarta”**. Penelitian ini bertujuan guna memenuhi syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Universitas Pelita Harapan, Tangerang.

Saya hendak mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada para dosen dan kerabat yang telah memberikan bimbingan, masukan, serta kritik yang berguna dalam menyelesaikan tugas akhir dalam bentuk skripsi ini. Dukungan moral dan materil juga banyak diterima oleh peneliti dari berbagai pihak, maka dari itu peneliti hendak memberikan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu Gracia Shinta S. Ugut, M.B.A., Ph.D. selaku Dekan Ekonomi di Universitas Pelita Harapan.
2. Ibu Isana S.C. Meranga, S.p., M.M. selaku ketua program studi Manajemen di Universitas Pelita Harapan.
3. Bapak Dr. Sidik Budiono, S.E., M.E. selaku ketua sidang atau ketua penguji, Bapak Dr. Drs. John Tampil Purba, M.M. selaku penguji ke-2, serta Ibu Juniarty, S.Sos., M.M. selaku penguji ke-3.
4. Bapak Dr. Drs. John Tampil Purba, M.M selaku dosen pembimbing.

5. Bapak Dr. Ir. Evo Sampetua Hariandja, M.M selaku ketua konsentrasi marketing di Universitas Pelita Harapan.
6. Bapak Dr. Moses Lorensius Parlinggoman Hutabarat, S. Kom., S.E.,M.M selaku dosen pembimbing akademik.
7. Seluruh dosen, staf tata usaha, dan staf pengajar di Universitas Pelita Harapan yang telah memberikan ilmu, wawasan, hingga pengalaman, serta saran yang sangat berarti bagi peneliti selama menyelesaikan studi di Universitas Pelita Harapan. Akan terus menjadi memori yang tidak akan pernah terlupakan bagi peneliti.
8. Kedua orang tua dan seluruh anggota keluarga terutama Mama dan Alm. Popo yang tidak berhenti mendukung, mendoakan, dan memberikan cinta kasih serta motivasi kepada peneliti selama menyelesaikan program studi dan skripsi di Universitas Pelita Harapan.
9. Seluruh rekan dan kerabat yang selalu setia menemani dan memberikan keceriaan dalam keseharian peneliti selama masa perkuliahan dan menyelesaikan tugas akhir dalam bentuk skripsi ini.
10. NCT 2020 yang selalu menjadi sumber keceriaan dan salah satu penyemangat dalam keseharian menyusun dan menyelesaikan tugas akhir ini.
11. Semua pihak yang ikut berkontribusi dan telah membantu peneliti selama masa perkuliahan dan penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Peneliti pun menyadari bahwa masih sungguh banyak kekurangan dalam Skripsi ini. Sehingga peneliti sangat terbuka dalam menerima segala bentuk kritik, saran dan masukan yang bersifat objektif dan membangun sehingga dapat bermanfaat dalam rangka memberikan wawasan yang lebih luas untuk peneliti. Atas ini peneliti mengucapkan banyak terima kasih atas perhatiannya.



DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	i
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR TABEL	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.4.1 Manfaat bagi perusahaan maupun penjual	13
1.4.2 Manfaat praktis	13
1.4.3 Manfaat Teoritis	14
1.5 Garis Besar Penelitian	15
1.5.1 BAB I : PENDAHULUAN	15
1.5.2 BAB II : TINJAUAN LITERATUR	15
1.5.3 BAB III : METODE PENELITIAN	15
1.5.4 BAB IV : HASIL DAN ANALISIS	15

1.5.5 BAB V : KESIMPULAN DAN IMPLIKASI	16
BAB II TINJAUAN LITERATUR	17
2.1 Kualitas Layanan	17
2.2 Digital Payment	19
2.3 Promosi	22
2.4 Kepuasan Konsumen	23
2.5 Keputusan Pembelian Konsumen	25
2.6 Model Penelitian	38
2.7 Hipotesis	38
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Penelitian Kuantitatif	40
3.2 Jenis Penelitian	41
3.3 Populasi dan Sampel	42
3.3.1 Populasi	43
3.3.2 Sample	43
3.3.3 Sampling Design	44
3.3.4 Sample Size	45
3.4 Metode Pengumpulan Data	45
3.5 Lokasi Pengumpulan Data	47
3.6 Objek Penelitian	47
3.7 Teknik Pembuatan Kuisisioner	47
3.8 Definisi Konseptual dan Operasional	50
3.9 Metode Analisis Data	53

3.9.1 Skala Pengukuran	55
3.9.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	56
3.9.3 Uji Asumsi Klasik	57
a. Uji Normalitas	57
b. Uji Heterokedastisitas	58
c. Uji Multikolinearitas	58
d. Uji Autokorelasi	59
3.9.4 Teknik Analisis Data	59
3.10 Hasil Pre-Test	61
3.11 Actual Test	65
3.12 Metode Penelitian	69
3.13 SEM Model	69
3.14 SPSS & AMOS	70
BAB IV : HASIL DAN ANALISIS	71
4.1 Profil Responden	71
4.1.1 Jenis Kelamin	72
4.1.2 Usia	73
4.2 Factor Loading & Composite Realiability	74
4.2.1 Model Fit	76
4.3 Model Struktural	78
4.3.1 Uji R-Square	79
4.4 Uji Asumsi Klasik	80

4.4.1	Normalitas	80
4.4.2	Uji Heterokedastisitas	83
4.4.3	Uji Multikolinearitas	84
4.4.3	Auto Korelasi	85
4.5	Uji Linearitas	86
4.6	Uji Hipotesis	88
4.7	Pembahasan	89
4.7.1	pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen (H1)	89
4.7.2	pengaruh iklan dan promosi terhadap kepuasan konsumen (H2)	90
4.7.3	pengaruh digital payment terhadap kepuasan konsumen (H3)	90
4.7.4	pengaruh kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen (H4)	90
4.7.5	pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen (H5)	90
4.7.6	pengaruh digital payment terhadap keputusan pembelian konsumen (H6)	91
4.7.7	pengaruh iklan dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen (H7)	91

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	92
5.1 Kesimpulan	94
5.1.1 Kualitas layanan mempengaruhi kepuasan konsumen	94
5.1.2 Iklan dan promosi mempengaruhi kepuasan konsumen	95
5.1.3 <i>Digital Payment</i> mempengaruhi kepuasan konsumen	95
5.1.4 Kepuasan konsumen mempengaruhi keputusan pembelian konsumen	96
5.1.5 Kualitas layanan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen	97
5.1.6 <i>Digital payment</i> mempengaruhi keputusan pembelian konsumen	97
5.1.7 Iklan dan promosi mempengaruhi keputusan pembelian konsumen	98
5.2 Implikasi Manajerial	99
5.3 Keterbatasan Penelitian	102
5.4 Saran Penelitian Selanjutnya	103
REFERENSI	104
APENDIX 1 : KUISIONER PENELITIAN	107
APENDIX 2 : MODEL PENELITIAN	111
APENDIX 3 : HASIL PRE-TEST	112
APENDIX 4 : HASIL ACTUAL TEST	114
APENDIX 5 : OUTPUT DATA	119

DAFTAR GAMBAR

FIGURE 1.1 Pertumbuhan internet di indonesia dari tahun 1998 – 2017	4
FIGURE 3.1 “Proses <i>sampling</i> ” Sumber: Zikmund (203, p.372)	42
FIGURE 4.1 JENIS KELAMIN	72
FIGURE 4.2 USIA	73
FIGURE 4.3 MODEL STRUKTURAL	78
FIGURE 4.4 NORMALITAS	80
FIGURE 4.5 P-P PLOT	81
FIGURE 4.6 HETEROKEDASTISITAS	83
FIGURE 4.7 MODEL STRUKTURAL FINAL	89

DAFTAR TABEL

TABEL 3.1 UJI VALIDITAS PRE-TEST	62
TABEL 3.2 UJI RELIABILITAS PRE-TEST	63
TABEL 3.3 FACTOR LOADING & COMPOSITE RELIABILITY	64
TABEL 3.4 UJI VALIDITAS ACTUAL TEST	66
TABEL 3.5 UJI RELIABILITAS ACTUAL TEST	67
TABEL 3.6 FACTOR LOADING & COMPOSITE RELIABILITY	68
TABEL 4.1 TABEL PROFIL RESPONDEN	72
TABEL 4.2 FACTOR LOADING DAN COMPOSITE RELIABILITY	74
TABEL 4.3 MODEL FIT	76
TABEL 4.4 R-TABLE (211 SAMPLE) = 0.136	79
TABEL 4.5 HASIL UJI R-SQUARE	79
TABEL 4.6 ONE-SAMPLE KOLMOGOROV SMIRNOV TEST	82
TABEL 4.7 UJI GLEJSER	85
TABEL 4.8 MULTIKOLINEARITAS	86
TABEL 4.9 ANOVA	86
TABEL 4.10 COEFFICIENT	87
TABEL 4.11 BOBOT REGRESI	88
TABEL 4.12 HIPOTESIS	89