

**PENGARUH POTONGAN HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN *GRAB FOOD*
MAHASISWA MANAJEMEN UNISMA MALANG**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

OLEH:

AISYAH DWI FAJAR WULAN

NPM.22001081018



UNIVERSITAS ISLAM MALANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

JURUSAN MANAJEMEN

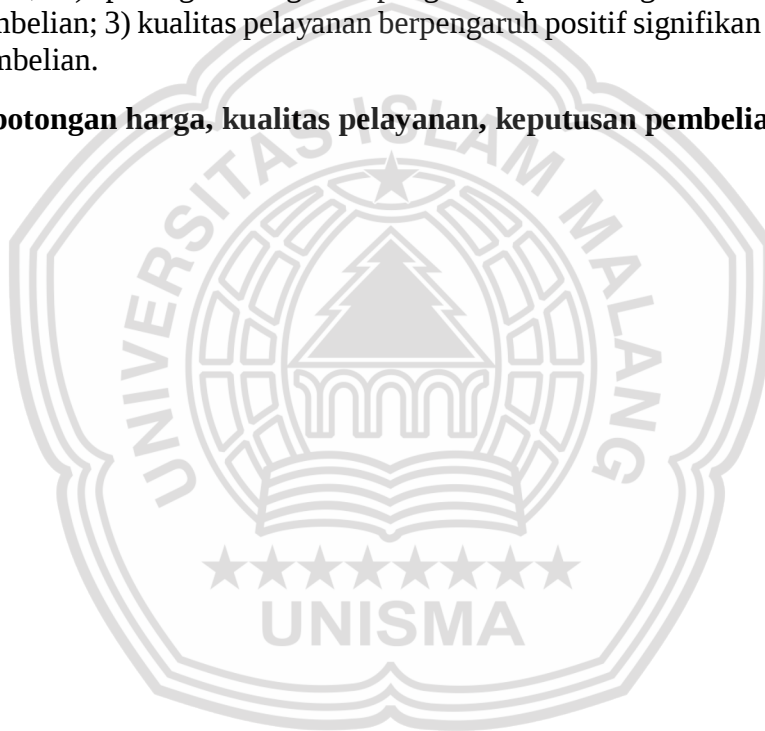
2024

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah: 1) untuk menganalisis pengaruh simultan potongan harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pelanggan *Grab Food* Mahasiswa Manajemen Unisma Angkatan 2020; 2) untuk menganalisis pengaruh potongan harga terhadap keputusan pembelian pelanggan *Grab Food* Mahasiswa Manajemen Unisma Angkatan 2020; 3) untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pelanggan *Grab Food* Mahasiswa Manajemen Unisma Angkatan 2020.

Dengan menggunakan sampel 60 orang mahasiswa Manajemen UNISMA angkatan 2020 sebagai responden, hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) potongan harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara simultan; 2) potongan harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian; 3) kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: potongan harga, kualitas pelayanan, keputusan pembelian.

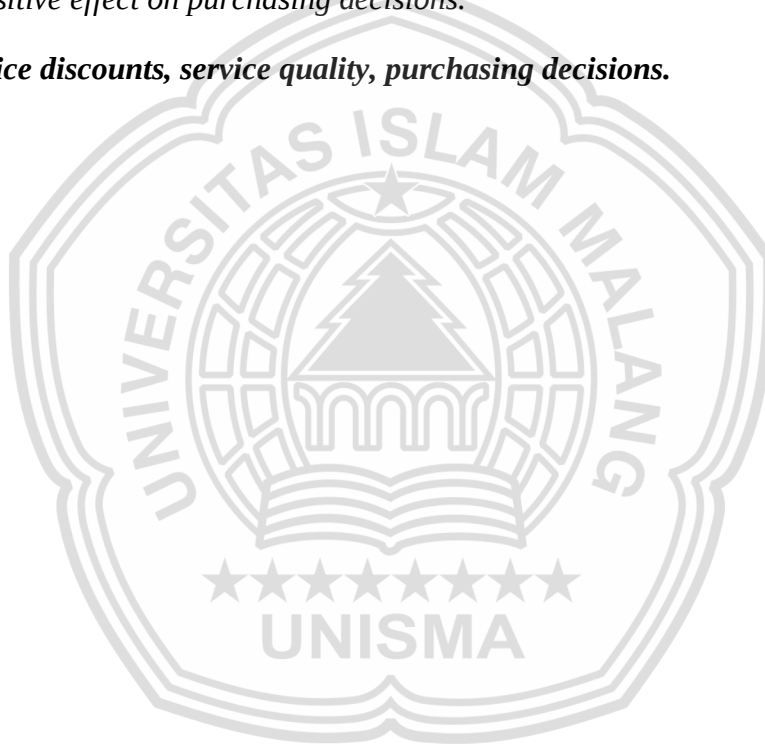


ABSTRACT

The aims of this research are: 1) to analyze the simultaneous influence of price discounts and service quality on Grab Food customers' purchasing decisions, Unisma Management Students Class of 2020; 2) to analyze the effect of price discounts on Grab Food customers' purchasing decisions, Unisma Management Students Class of 2020; 3) to analyze the influence of service quality on Grab Food customers' purchasing decisions, Unisma Management Students Class of 2020.

Using a sample of 60 UNISMA Management students class of 2020 as respondents, the research results show that 1) price discounts and service quality influence purchasing decisions simultaneously; 2) price discounts have a significant positive effect on purchasing decisions; 3) service quality has a significant positive effect on purchasing decisions.

Keywords: *price discounts, service quality, purchasing decisions.*



BAB I

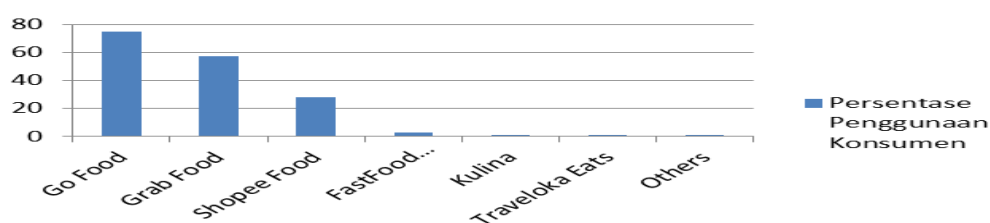
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Setiap konsumen memiliki kebutuhan berbeda dalam kehidupan sehari-hari. Kebutuhan yang berbeda tersebut berdampak pada pengambilan keputusan yang juga berbeda. Konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk diawali oleh adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan. Dewasa ini cara konsumen memenuhi kebutuhan dan keinginan semakin praktis dengan cara melakukan transaksi online, sehingga banyak berkembang berbagai *platform online* termasuk berbelanja kuliner. Layanan *online food delivery* telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat sehari-hari. Sebagian besar masyarakat menggunakan layanan *online food delivery* untuk mendukung produktifitas, mencoba *trand* kuliner terkini dan bersosialisasi (Kontan.co.id, 2023).

Layanan pesan-antar makanan di Indonesia pada tahun 2023 terus mengalami peningkatan seiring dengan tingginya pengguna internet di Indonesia mencapai 78% dari seluruh populasi penduduk (Kominfo.co.id., 2023). Terdapat aplikasi pesan-antar makanan yang banyak digunakan oleh konsumen yang telah berkembang di Indonesia seperti pada gambar berikut:

Gambar 1.1 Aplikasi Pesan-Antar Makanan di Indonesia Tahun 2023



Sumber: (Hanadiyan *et al.*; Statiska.id., 2023).

Aplikasi layanan pesan-antar makanan yang paling banyak digunakan terlihat dari tingginya jumlah pengguna, dimana *GoFood* mencapai 75% pengguna disusul *Grab Food* sekitar 68% pengguna. *Grab Food* merupakan fitur layanan yang sering digunakan untuk pemesanan dan pengantaran makanan kepada konsumen dan menjadi sangat populer setelah *GoFood* pada tahun 2023 meski sebelumnya pada tahun 2021 *Grab Food* yang paling populer diantara semua aplikasi OFD di Indonesia.

Pergeseran posisi *tranding* aplikasi OFD di Indonesia mengindikasikan perubahan keputusan konsumen dalam menggunakan layanan OFD yang dianggap lebih memuaskan dibandingkan layanan OFD lainnya sebab dalam sudut pandang konsumen, jika ia merasa telah terpenuhi kebutuhan dan keinginannya, bukan tidak mungkin ia akan melakukan pembelian secara berulang. Keputusan pembelian konsumen dalam menggunakan aplikasi layanan dipengaruhi oleh kualitas layanan yang baik dan adanya promosi-promosi menarik yang ditawarkan oleh masing-masing perusahaan layanan jasa OFD (Natarajan et al., 2019).

Grab Food merupakan salah satu jenis layanan dari perusahaan *Grab* yang terus mengalami perkembangan signifikan dari tahun ke tahun termasuk di Indonesia. Kelebihan dari fitur layanan ini adalah hanya dengan membuka fitur *Grab Food* 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. Perkembangan ini tentu

dihasilkan dari kualitas layanan yang diterapkan oleh *Grab* serta promosi-promosi yang menarik bagi pelanggan, misalnya potongan harga. Layanan yang baik dan adanya diskon harga yang menarik akan mendorong konsumen memutuskan untuk menggunakan layanan *Grab Food*.

Pada tahun 2023 *Grab Food* mengalami perebutan posisi yang semakin ketat untuk dapat mempertahankan posisinya, semakin banyak layanan pesan antar makanan *online* yang terus melakukan inovasi dan menawarkan promo untuk menarik minat pelanggan. Salah satu pesaingnya adalah *GoFood*. Hasil riset Tenggara Strategics menunjukkan *GoFood* menjadi layanan pesan antar makanan daring dengan nilai transaksi terbesar di Indonesia. Tidak hanya memiliki nilai transaksi terbesar, *GoFood* juga menjadi *top of mind* (50%) layanan pesan antar makanan di Indonesia (Hariyanti, 2022).

Hal ini disebabkan banyaknya keluhan pelanggan terkait dengan kualitas layanan yang menurun. Penggunaan jasa pada aplikasi *Grab Food* masih banyak kekurangan, diantaranya masih terlalu lama proses pencarian driver yang akan menjemput pesanan konsumen, tarif yang ditentukan *Grab Food* masih terlalu mahal, kurangnya promo yang diberikan untuk konsumen, *Grab Food* lamban dalam mengantarkan pesanan makanan, mitra pengemudi tidak mengantarkan pesanan pelanggan (GrabFood.co.id., 2023). Fenomena tersebut, menunjukkan pentingnya kualitas pelayanan dan potongan harga sebagai promosi untuk menarik pelanggan agar tetap menjadi pelanggan setia atau menarik pelanggan baru agar memutuskan menggunakan layanan jasa yang disediakan.

Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan final yang dimiliki seorang konsumen untuk membeli atau menggunakan suatu barang atau jasa dengan berbagai pertimbangan-pertimbangan tertentu, dimana seseorang akan mengevaluasi berbagai pilihan dan memutuskan pilihan pada suatu produk dari sekian banyak pilihan. Hal tersebut sejalan dengan yang diungkapkan Kotler & Armstrong (2014:165) bahwa keputusan pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli. Schiffman et al. (2014:112) juga mendefinisikan keputusan pembelian sebagai sebuah pilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan.

Proses pengambilan keputusan pembelian diawali dengan mencari informasi mengenai keberadaan produk yang diinginkan. Proses pencarian informasi ini akan dilakukan dengan mengumpulkan semua informasi dari berbagai informasi yang diperoleh, kemudian konsumen melakukan seleksi atas informasi yang diterima. Dalam hal ini, mahasiswa sebagai orang yang sedang mengikuti pendidikan dalam suatu perguruan tinggi secara tidak langsung dituntut untuk berfikir logis, ilmiah, berkepribadian mandiri, mereka termasuk orang-orang yang penuh ide dan mau menerima hal-hal baru. Berkembangnya teknologi komunikasi membawa dampak yang signifikan yang didukung oleh kebutuhan mahasiswa yang semakin beragam termasuk dalam menggunakan aplikasi layanan OFD dalam memenuhi kebutuhan makannya. Mahasiswa secara umum masih bergantung pada orang tua untuk membiayai hidupnya sehingga mereka lebih berfikir ekonomis dalam memenuhi kebutuhan sehingga menuntutnya untuk lebih selektif dalam

memilih produk dan layanan yang tepat untuk dirinya.

Penelitian sebelumnya mengenai layanan pesan-antar makanan dilakukan oleh Natarajan et al. (2019) melakukan penelitian terkait dengan perbandingan layanan pesan-antar makanan di negara India. Penelitian oleh Chotigo & Kadono (2021) mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi konsumen untuk menggunakan *platform digital* layanan pesan-antar makanan. Sementara Octaviani & Cahyadi (2022) menyimpulkan konsumen *Grab Food* lebih menekankan pada kualitas pelayanan. Namun demikian ditemukan juga bahwa konsumen banyak juga yang melihat dari sisi potongan harga (diskon) yang diberikan perusahaan.

Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian diantaranya adalah potongan harga. Potongan harga merupakan salah satu strategi promosi untuk menarik banyak konsumen menggunakan layanan yang disediakan. Supma (2019:21) mendefinisikan *Price discount* adalah potongan harga yang diberikan kepada pembeli dengan harga yang telah ditetapkan yang biasanya merupakan strategi dalam promosi. Sistem diskon sering digunakan oleh penjual untuk meningkatkan penjualannya, karena dengan adanya diskon atau potongan harga sangat menarik minat pembeli untuk mendapatkan produk yang dibutuhkan. Layanan OFD terus berinovasi dalam mempromosikan diri dengan melakukan berbagai diskon melalui berbagai startegi untuk terus meningkatkan penjualan.

Penelitian sebelumnya terkait pemberian potongan harga dilakukan oleh Dewi (2018), Dirgantaran (2019), Hariyanto (2021), Nurita dan wijayanti

(2021) menyimpulkan bahwa potongan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Namun kontradiksi dengan hasil penelitian Prastiwi, *et.al.*, (2019), Simange, *et.al.*(2023) menyimpulkan bahwa potongan harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Pelayanan yang baik akan memberikan pengaruh yang besar dalam menentukan keputusan konsumen untuk menggunakan jasa layanan tertentu. Menurut Tjiptono (2014:268) kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Sudah menjadi kewajiban perusahaan untuk memberikan pelayanan yang baik dalam menghadapi konsumen. Perusahaan harus mampu meninjau kembali hal-hal yang dibutuhkan konsumen dan melakukan upaya yang maksimal dalam memberikan pelayanan yang terbaik. Layanan *Grab Food* memiliki beberapa fitur yang dapat mempermudah penggunaanya dalam memilih makanan dan minuman. Fitur-fitur tersebut seperti *Near Me* yang berfungsi untuk mencari tempat makan terdekat, *24 Hours* yang memberi info tempat makan yang buka selama 24 jam.

Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Aini & Rahmawati, (2018), Mukti et al. (2021), Hasanah & Sitohang (2022) menyimpulkan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Sementara itu hasil penelitian tersebut berbanding terbalik dengan hasil penelitian Mega (2022), Sa'diyah (2020) menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut serta adanya perbedaan hasil

penelitian terdahulu, maka peneliti tertarik melakukan tentang “**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Grab Food Mahasiswa Unisma Malang**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah potongan harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pelanggan *Grab Food* Mahasiswa Manajemen Unisma Angkatan 2020?
2. Apakah potongan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan *Grab Food* Mahasiswa Manajemen Unisma Angkatan 2020?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan *Grab Food* Mahasiswa Manajemen Unisma Angkatan 2020?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah:

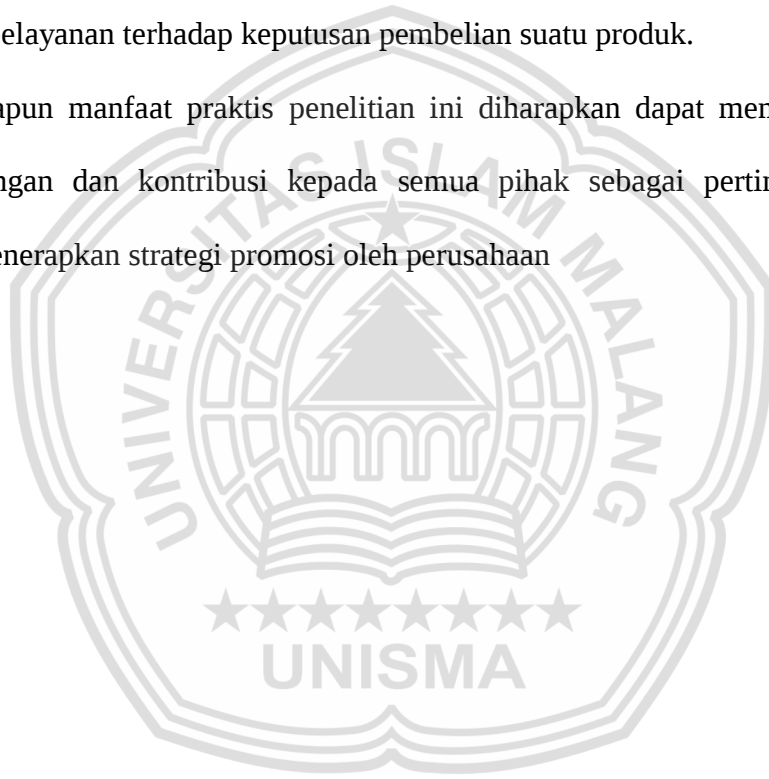
1. untuk menganalisis pengaruh simultan potongan harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pelanggan *Grab Food* Mahasiswa Manajemen Unisma Angkatan 2020
2. untuk menganalisis pengaruh potongan harga terhadap keputusan pembelian pelanggan *Grab Food* Mahasiswa Manajemen Unisma Angkatan 2020.

3. untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pelanggan *Grab Food* Mahasiswa Manajemen Unisma Angkatan 2020.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat teoretis penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi bagi penelitian selanjutnya khususnya terkait pengaruh potongan harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian suatu produk.

Adapun manfaat praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan pertimbangan dan kontribusi kepada semua pihak sebagai pertimbangan dalam menerapkan strategi promosi oleh perusahaan



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data dan pembahasan maka disimpulkan bahwa:

1. Potongan harga dan kualitas pelayanan *Grab Food* berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian mahasiswa FEB Jurusan Manajemen UNISMA angkatan 2020.
2. Potongan harga yang ditetapkan *Grab Food* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian mahasiswa FEB Jurusan Manajemen UNISMA angkatan 2020. Hal ini bermakna, semakin tinggi potongan harga yang diberikan *Grab Food* maka akan semakin banyak mahasiswa FEB Jurusan Manajemen UNISMA angkatan 2020 yang akan menggunakan layanan *Grab Food*.
3. Kualitas pelayanan *Grab Food* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian mahasiswa FEB Jurusan Manajemen UNISMA angkatan 2020. Hal ini bermakna semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan *Grab Food* maka akan semakin banyak mahasiswa FEB Jurusan Manajemen UNISMA angkatan 2020 menggunakan layanan *Grab Food*.

5.2 Keterbatasan

Berdasarkan pada pengalaman langsung peneliti dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat menjadi beberapa faktor yang agar dapat untuk lebih diperhatikan bagi peneliti-peneliti yang akan

datang dalam lebih menyempurnakan penelitiannya karna penelitian ini sendiri tentu memiliki kekurangan yang perlu terus diperbaiki dalam penelitian-penelitian kedepannya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian tersebut, antara lain :

Dalam proses pengambilan data, informasi yang diberikan responden melalui kuesioner terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya, hal ini terjadi karena kadang faktor perbedaan persepsi dan kejujuran dalam pengisian kuesioner oleh responden.

5.3 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan ada beberapa saran yang dapat diajukan, sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan instrumen pendukung seperti observasi dan wawancara, hal ini dilakukan untuk mengatasi apabila terjadi kesenjangan persepsi antara responden dengan peneliti.
2. Grab Food hendaknya memperhatikan terutama dalam memberikan besarnya potongan harga, sekaligus memperhatikan keramahan karyawan dalam melayani pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, K., & Rahmawati, P. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan pelanggan terhadap keputusan pembelian(studi pada pelanggan Alfamidi Super, Jalan Kaliurang, Yogyakarta). *Jurnal UNY*.
- Chotigo, J., & Kadono, Y. (2021). Comparative analysis of key factors encouraging food delivery app adoption before and during the COVID-19 Pandemic in Thailand. *Journal of Sustainability*, 13(4088):1.
- D.A. Apriliani. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan. Terhadap. Kepuasan Konsumen (Survey pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 51 (2), 1–7.
- Ghozali, I. (2014). *Aplikasi analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit. UNDIP.
- GrabFood.co.id. (2023). *Mitra Pengemudi GrabFood tidak datang*. <https://help.grab.com/passenger/id-id/360034756272-Mitra-Pengemudi-GrabFood-tidak-datang>.
- Hanadiyan, Nurhayati, & Wolf. (2023). *Aplikasi pesan-antar makanan paling banyak digunakan di Indonesia tahun 2023*. Statistia.co.id. <https://www.statista.com/statistics/1149349/indonesia-favorite-food-delivery-apps/>
- Hariyanti, D. (2022). *Survei KIC: Ada Tiga Layanan Digital yang Semakin Banyak Dipakai*. <https://katadata.co.id/padjar/berita/60c0385836fd9/survei-kic-ada-tiga-layanan-digital-yang-semakin-banyak-dipakai>.
- Harman, M. (2017). *Manajemen Pemasaran. Teori dan Aplikasi Pemasaran Era. Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.
- Hasanah, Z., & Sitohang, S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelangga. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1 (1).
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent Teori dan Praktik*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Kominfo.co.id. (2023). No Title. <https://www.kominfo.go.id/content/detail/26085/solusi-belanja-kebutuhan-pangan-dengan-manfaatkan-belanja-daring/0/berita>
- Kontan.co.id. (2023). *Aplikasi pesan makanan online. Orang Indonesia Makin Getol Pesan Makanan Online, Nilai Pesanan Meroket*. <https://www.kontan.co.id/tag/aplikasi-pesan-makanan-online>.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014a). *Principles of Marketing, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014b). *Principles of Marketing, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition New*. Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.

- Malhotra. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Mega, P. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Kepercayaan, Kepuasan, dan Promosi Terhadap Keputusan Menggunakan Shopee Food. *E-Journal*.
- Mukti, A., A., & Aprianti, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kirani Coffee. *E-Journal Wiyatamandala*, 1 (1).
- Natarajan, C., Gupta, S., & Nand, N. (2019). Food Delivery Services and Customer Preference: A Comparative Analysis. *Journal of Foodservice Business Research*, 22 (10), 1.
- Nurita, A., & Wijayanti, R. (2021). Pengaruh iklan dan potongan harga terhadap keputusan pembelian di marketplace shopee. *Jurnal Polinema*.
- Octaviani, F., & Cahyadi, E. (2022). Persaingan Platform Digital Layanan Pesan-Antar Makanan Di Provinsi Dki Jakarta. *Repository Unsri*, 1 (1).
- Prawirosentono, S. (2015). *Strategi Pengambilan Keputusan Bisnis*. Jakarta: PT.Bumi Aksara.
- Riyono, & Budiharja, G. E. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua. *Repository Syaik Nurajati*.
- Sa'diyah. (2020). Analisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian alat elektronik pada PT. Maju Jaya. *Skripsi. UNS*.
- Schiffman, Leon & Kanuk, L. (2014). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Schiffman, Leon, & Kanuk, L. (2014). *Perilaku Konsumen*. Indeks., Jakarta. Jakarta: Indeks.
- Simange, C., Tawas, H., & Roring, F. (2023). Analisis Pengaruh Potongan Harga, Citra Merek, Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan pembelian di Alfamidi Kec. Tobelo Tengah. *E-Journal Unsrat*, 1 (1).
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sutisna. (2016). *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: PT. Remaja Rosdakarya.
- Tciptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa –Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: CV.Andi Offset.
- Tciptono, F. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: CV.Andi Offset.
- Tciptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Yogyakarta: CV.Andi Offset.
- Tciptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yohyakarta: Andi.
- Tciptono, F., & Candra, G. (2016). *Strategi Pemasaran (2nd.ed)*. Yogyakarta: CV.Andi Offset.
- Utami, C. W. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Warnerin, G., & Dwijayanti, R. (2020). Pengaruh Diskon dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying Konsumen Matahari Department Store Gress Mall Gresik. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(1).

- Wibowo, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Pada Café Hangout Di Sampit. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, Vol. 1 (1).
- Yazid, Irzaldi, & Hidayat, W. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Apotek K-24 Jl. Gajah Mada Yogyakarta). *Repository Ubhara Jaya*.

