

No. Daftar FPIPS 1005/UN 40.A2.8/PP/2019

**PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN  
LAYANAN GRAB-FOOD DI KOTA BANDUNG**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Memperoleh Gelar Sarjana  
Pariwisata Program Studi Manajemen Industri Katering



Disusun Oleh :  
Ita Setiyawati  
1504937

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN INDUSTRI KATERING FAKULTAS  
PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL UNIVERSITAS  
PENDIDIKAN INDONESIA  
BANDUNG  
2019**

**LEMBAR HAK CIPTA**

**PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN  
LAYANAN GRAB-*FOOD* DI KOTA BANDUNG**

Oleh  
Ita Setiyawati

Sebuah Skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar  
Sarjana Pariwisata pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Ita Setiyawati 2004  
Universitas Pendidikan Indonesia  
Mei 2019

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian dengan dicetak ulang,  
difotocopy atau cara lainnya tanpa izin penulis.

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN**  
**LAYANAN GRAB-*FOOD* DI KOTA BANDUNG**

**Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh :**

Pembimbing 1

Pembimbing 2

Agus Sudono, SE., MM  
NIP. 19820508200812.1.002

Ilham Fajri, MM, Par

Mengetahui,  
Ketua Program Studi  
Manajemen Industri Katering

Agus Sudono, SE., MM  
NIP. 19820508200812.1.002

Mahasiswa

Ita Setiyawati  
NIM. 1504937

## ABSTRAK

**Ita Setiyawati, 2019, PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN LAYANAN GRAB-FOOD DI KOTA BANDUNG, Dosen Pembimbing I. Agus Sudono, SE., MM , dan Dosen Pembimbing II. Ilham Fajri, MM, Par.**

Food delivery online saat ini sudah menjadi trend di kalangan masyarakat, karena dengan adanya food delivery online akan lebih mudah dan praktis dalam pemesanan makanan dibandingkan dengan datang langsung ke lokasi dan harus mengantri. PT. Grab merupakan salah satu perusahaan yang menyediakan layanan food delivery yaitu *Grab-Food*, saat ini layanan *Grab-food* sudah tersebar di kota besar di Indonesia salah satunya adalah Kota Bandung. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan konsumen menggunakan layanan *Grab-Food* di Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan regresi linier sederhana, teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *sampling purposive*, karena unit sampel yang dihubungi disesuaikan dengan kriteria tertentu, sampel yang diambil sebanyak 153, dengan hasil output nilai R Square 0,222 atau sebesar 22,2 % dapat dijelaskan oleh promosi, sedangkan 77,8% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan grab dalam meningkatkan promosi.

**Kata Kunci :** Promosi, Keputusan Pembelian, *Grab-Food*, Kota Bandung

## **ABSTRACT**

**Ita Setiyawati, 2019, *THE INFLUENCE OF PROMOTION TO DECISION OF USING THE GRAB-FOOD SERVICE IN BANDUNG CITY*, Supervisor I. Agus Sudono, SE., MM, and Supervisor II. Ilham Fajri, MM, Par.**

*Currently online food delivery has become a trend among the public, since food delivery online is more convenient and practical in ordering food compared to come directly to the restaurant and have to queue up. PT. grab is one of the companies that provide online food delivery service. grab-the food, the current grab-food was already spread in big cities in Indonesia, one of which is the city of Bandung. The purpose of this study was to analyze research on consumer decisions using Grab-Food services in the city of Bandung. This study used a simple linear regression sample, the technique used in this study was purposive sampling, because the sample units were contacted according to certain criteria, samples taken 153, with the output of the R Square value of 0.222 or equal to 22.2% can be read by promotion, while 77.8% is accepted by other factors that cannot be accessed. The existence of this research is expected to help companies improve promotion.*

**Keywords:** *Promotion, Purchase decision, Grab-food, Bandung City*

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR HAK CIPTA.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAC.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	10
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Pariwisata .....	11
2.1.2 Wisata Kuliner.....	13
2.1.3 Perkembangan <i>startup</i> kuliner di Indonesia.....	14
2.1.4 <i>Food delivery order</i> .....	15
2.1.5 Pemasaran.....	15
2.1.6 Pemasaran jasa .....	16
2.1.7 Bauran pemasaran .....	17
2.1.8 Promosi.....	18
2.1.8.1 Pengertian promosi.....	18
2.1.8.2 Bauran Promosi .....	19
2.1.9 Keputusan pembelian .....	21
2.1.9.1 Pengertian keputusan pembelian .....	21
2.1.9.2 Indokator keputusan pembelian .....	23
2.2 Penelitian terdahulu.....	23
2.3 Kerangka pemikiran .....	25

2.4 Hipotesis.....	25
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
3.1 Objek dan subjek penelitian .....	26
3.2 Metode penelitian.....	27
3.3 Populasi dan sampel.....	27
3.4 Teknik pengambilan sampel .....	28
3.5 Metode pengumpulan data .....	28
3.6 Operasionalisasi penelitian.....	29
3.7 Metode analisis data.....	31
3.7.1 Uji validitas .....	31
3.7.2 Uji reliabilitas .....	33
3.7.3 Teknik analisis data .....	34
3.7.3.1 Analisis deskriptif .....	34
3.7.3.2 Analisis verifikatif.....	35
3.7.4 Uji asumsi klasik .....	35
3.7.4.1 Uji normalitas .....	35
3.7.4.2 Uji heteroskedastisitas.....	35
3.7.5 Analisis regresi linier sederhana.....	36
3.7.6 Analisis korelasi sederhana ( <i>bivariate correlation</i> ).....	36
3.7.7 Pengujian hipotesis.....	37
3.7.7.1 Koefisien determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	37
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>38</b>
4.1 gambaran umum objek penelitian .....	38
4.1.1 Sejarah grab .....	38
4.1.2 Visi dan misi grab.....	39
4.1.3 Struktur organisasi grab.....	39
4.1.4 Jenis-jenis layanan grab.....	40
4.1.5 Grab- <i>food</i> .....	41
4.1.6 Syarat dan ketentuan umum grab- <i>food</i> di Kota Bandung .....	41
4.2 Restoran yang bermitra dengan grab- <i>food</i> di Kota Bandung.....	44
4.3 Analisis dan pembahasan .....	45
4.3.1 Deskripsi responden .....	45

4.3.2 Hasil analisis deskriptif .....	49
4.3.2.1 Tanggapan responden mengenai promosi melalui <i>advertising</i> ....	49
4.3.2.2 Tanggapan responden mengenai promosi melalui <i>sales promotion</i> .....	52
4.3.2.3 Tanggapan responden mengenai promosi melalui <i>public relation</i> .....	54
4.3.2.4 Tanggapan responden mengenai promosi melalui <i>personal selling</i> .....	56
4.3.2.5 Tanggapan responden mengenai promosi melalui <i>direct marketing</i> .....	58
4.3.2.6 Tanggapan responden mengenai promosi melalui keputusan pembelian .....	60
4.3.3 Uji asumsi klasik .....	64
4.3.3.1 Hasil uji normalitas .....	64
4.3.3.2 Hasil uji heteroskedastisitas .....	65
4.3.4 Hasil analisis verifikatif.....	65
4.3.4.1 Hasil analisis regresi linier sederhana .....	65
4.3.4.2 Hasil analisis korelasi sederhana ( <i>bivariate correlation</i> ).....	66
4.4.5 Uji hipotesis.....	67
4.4.5.1 Hasil koefisien determinasi ( $R^2$ ).....	67
4.5 Pembahasan pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian <i>grab-food</i> di Kota Bandung.....	68
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>70</b>
5.1 Kesimpulan .....	70
5.2 Saran .....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>71</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>75</b>



## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, L. (2012). Di Kabupaten Kotawaringin Barat Provinsikalimantan Tengah Tahun 2012.
- Aisyah. (2004). Persepsi siswa tentang kewirausahaan, minat wirausaha dan motivasi berwirausaha terhadap Hasil Belajar Kewirausahaan.
- Arikunto. (2002). *Prosedur penelitian*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik. (2018). *Data Statistik Pariwisata*. Retrieved from <https://www.bps.go.id/subject/16/pariwisata.html>
- Bandungkota.bps.go.id. (2018). KOTA BANDUNG DALAM ANGKA Bandung Municipality in Figures.
- Basu dan hani. (2014). pengertian pemasaran menurut para ahli. Retrieved from <https://www.dosenpendidikan.com/definisi-dan-pengertian-pemasaran-menurut-para-ahli/>
- Budi Utomo, P., & Djoko Waluyo, H. (2018). *PENGARUH BRAND IMAGE, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA*.
- Coursehero.com. (n.d.). Delivery order sistem. Retrieved from <https://www.coursehero.com/file/p47c28h/Delivery-order-system-adalah-suatu-sistem-pelayanan-restoran-dimana-konsumen/>
- Dailisocial.id. (n.d.). Retrieved from <https://dailysocial.id/post/riset-jana-grab-adalah-aplikasi-on-demand-paling-banyak-dipasang-di-indonesia-go-jek-paling-aktif-dipakai>
- Data.bandung.go.id. (2017). Data Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik. Retrieved from <http://data.bandung.go.id/dataset/data-jumlah-wisatawan-mancanegara-dan-domestik-di-kota-bandung-tahun-2016>
- Daud, D. (2013). PROMOSI DAN KUALITAS LAYANAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA PEMBIAYAAN PADA PT. BESS FINANCE MANADO, *1*(4), 51–59.
- Familmaleki, M., Aghighi, A., & Hamidi, K. (2015). International Journal of Economics & Analyzing the Influence of Sales Promotion on Customer Purchasing Behavior, *4*(4). <https://doi.org/10.4172/2162-6359.1000>
- Global Digital Report 2018 (digitalreport.wearesocial.com). (2018). Retrieved from <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>
- Grab.com. (2019). logo grab. Retrieved from <https://www.grab.com/id/>
- Gurupendidikan.com. (2019). pengertian promosi menurut para ahli. Retrieved

from <https://www.gurupendidikan.co.id/promosi-pengertian-menurut-para-ahli-tujuan-fungsi/>

Heryanto, I. (2015). Analisis pengaruh produk, harga, distribusi, dan promosi terhadap keputusan pembelian serta implikasinya pada kepuasan pelanggan, 9(2), 80–101.

Ikhsan, M. R. (2011). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN INDRA CELLULAR KUDUS*.

Ilmuone.com. (2017). Persaingan Tiga Transportasi Online Terbesar di Indonesia. Retrieved from <http://www.ilmuonedata.com/about>

Indriani, E. (2018). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA SERTA PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI PAKET WISATA PADA PT. WAHYU PRIMA BINTANG TOUR & TRAVEL SAMARINDA, 6(1), 288–301.

it-jurnal.com. (2019). pengertian dan perkembangan bisnis startup. Retrieved from <https://www.it-jurnal.com/pengertian-dan-perkembangan-bisnis-startup/>

Japarianto, I. D. dan E. (2013). ANALISA PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PELANGGAN RESTORAN PORKEE SURABAYA, *Vol. 1, No.*

kampuscenter.com. (2015). 7 kota pendidikan di indonesia. Retrieved from <http://www.kampuscenter.com/7-kota-pendidikan-di-indonesia/>

kbbi.co.id. (n.d.). Retrieved from <http://kbbi.co.id/arti-kata/pariwisata>

Kotler, P. (2000a). *Manajemen Pemasaran jilid 1* (1st ed.).

Kotler, P. (2000b). *Manajemen Pemasaran jilid 2* (2nd ed.).

Kotler, P. (2002). *Manajemen pemasaran*.

Kupon.rappler.com. (2019). Promo Grab-food Indonesia Maret 2019. Retrieved from <https://kupon.rappler.com/grabfood/kupon/>

Masterseo.com. (2018). 11 KOTA WISATA INDONESIA YANG BANYAK DIKUNJUNGI WISATAWAN. Retrieved from <https://www.masterseo.id/kota-wisata-indonesia-yang-banyak-dikunjungi-wisatawan.html>

Maulana, R. (2017). [Update] Kumpulan Aplikasi dan Startup Kuliner Terbaik di Indonesia. Retrieved from <https://id.techinasia.com/16-aplikasi-dan-startup-kuliner-di-indonesia>

- Ministry of Tourism Republic of Indonesia. (2017). Statistics of International Tourist, 9.
- Nurjanah, A. (2011). Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Rerevasi Aset Tetap Pada Perusahaan Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011 Universitas, 50–66.
- Oktaviani. (2014). regresi linier sederhana (pemeriksaan pajak, penagihan pajak, dan efektivitas penerimaan pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Bandung Cibeunying untuk tahun 2013-2015)., 37–63.
- Permana, dadan eka. (2018). Perkembangan Kuliner di Era Digitalisasi. Retrieved from <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/3683767/perkembangan-kuliner-di-era-digitalisasi>
- Playstore. (2019). grab.
- Prabowo, H. (2017). Aplikasi Food Delivery Online Berbasis Android dan Web, *Vol 6 No 2*. Retrieved from <https://jurnal.pcr.ac.id/index.php/jakt/article/view/1096>
- Risma. (2015). jakartakita.com. Retrieved from <https://jakartakita.com/2015/10/17/ini-alasan-mengapa-pesan-makanan-lewat-delivery-order-itu-menguntungkan/>
- Ristekdikti.go.id. (2018). Rekap Pelaporan PDDIKTI. Retrieved from <https://forlap.ristekdikti.go.id/perguruantinggi>
- Riza. (2017). PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA GOJEK PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MEDAN AREA.
- Saputra, R. (2010). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (STUDI PADA PT. NUSANTARA SAKTI DEMAK).
- Sarwono, J. (2006). *metode penelitian kuantitatif dan kualitatif*.
- Scribd.com. (n.d.). Sistem Pemasaran Jasa. Retrieved from <https://id.scribd.com/presentation/193827901/Sistem-Pemasaran-Jasa>
- Soekadijo. (2000). *pengertian pariwisata*.
- Soewito, Y. (2013). KUALITAS PRODUK, MEREK DAN DESAIN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA MIO, *1(3)*, 218–229.
- Toplintas.com. (2015). Pengertian Wisata Kuliner. Retrieved from <https://toplintas.com/pengertian-wisata-kuliner/>

- Ulinulin.com. (2018). 10 Kota Wisata Kuliner Terfavorit di Indonesia. Retrieved from <http://ulinulin.com/posts/10-kota-wisata-kuliner-terfavorit-di-iindonesia>
- Utama, gusti bagus rai. (2016). *pengantar industri pariwisata*.
- Virna, E. (2007). Wisata kuliner, bukan sekedar wisata pemuas nafsu perut. *Warta Pariwisata*, 1–32.
- Weenas, J. R. S. (2013). KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SPRING BED COMFORTA, *1*(4), 607–618.
- Wijaya, H. (2016). Revitalisasi Pengelolaan Waduk Gondang sebagai Objek Wisata Tirta di Kabupaten Lamongan, 13–16.
- Wijaya, R., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2018). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN GRAB-FOOD (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Layanan Grab-Food di Wilayah Kecamatan Ciputat Timur)*. Bandung . Retrieved from <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/40169>
- Wisatamu.com. (2015). jenis-jenis wisata. Retrieved from <https://www.wisatamu.com/jenis-jenis-wisata.html>
- www.statistikian.com. (2017). Penjelasan Teknik Sampling Dalam Penelitian. Retrieved from <https://www.statistikian.com/2017/06/teknik-sampling-dalam-penelitian.html/amp>
- Yulismar. (2013). PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA INDRAKO TALUK KUANTAN.