

PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
GO-FOOD DI KOTA BANDUNG

SKRIPSI

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



Oleh:

Aliska Pinggar Ulam

1505866

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

2019

LEMBAR HAK CIPTA
PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN *GO-FOOD* DI KOTA BANDUNG

Oleh

Aliska Pinggar Ulam

1505866

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

© Aliska Pinggar Ulam

Universitas Pendidikan Indonesia

Mei 2019

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian dengan
dicetak ulang, difotokopi atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN *GO-FOOD* DI KOTA BANDUNG**

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing 1

Pembimbing 2

Agus Sudono, S.E., M.M.
NIP.19820508.200812.1.002

Ilham Fajri, MM.Par.

Mengetahui,

Ketua Program Studi
Manajemen Industri Katering

Agus Sudono, S.E., M.M.
NIP. 19820508.200812.1.002

Mahasiswa

Aliska Pinggar Ulam
NIM. 1505866

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Go-Food Di Kota Bandung** ini sepenuhnya karya saya sendiri. Tidak ada bagian di dalamnya yang merupakan plagiat dari karya orang lain dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pun pengutipan dengan cara yang tidak sesuai etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/ sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Mei 2019

Yang Membuat Pernyataan

(Aliska Pinggar Ulam)

ABSTRAK

Aliska Pinggar Ulam (2019), Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Go-Food* di Kota Bandung. Pembimbing: (I) Agus Sudono, S.E., M.M, (II) Ilham Fajri, MM.Par.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen *Go-Food* di Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan purposive sampling dengan 153 responden dari konsumen yang menggunakan jasa dan aplikasi *Go-Food* di Kota Bandung. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan metode verifikatif. Skala pengukurannya menggunakan skala likert. Sedangkan untuk metode analisis menggunakan regresi linier sederhana, Uji Validitas, Uji Realibilitas, koefisien determinasi, Uji F dan Uji T. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa variabel harga positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen *Go-Food* di Kota Bandung. Hasil penelitian analisis koefisien determinasi (R^2) adalah terdapat pengaruh harga sebesar 11,7% terhadap keputusan pembelian, sehingga sisanya 88,3% merupakan pengaruh variabel yang tidak diteliti.

Kata Kunci : harga, keputusan pembelian, *Go-Food*, Bandung.

ABSTRACT

Aliska Pinggar Ulam (2019), *The Effect of Price on Consumer Purchasing Decisions Go-Food in Bandung*. Advisors: (I) Agus Sudono, S.E., M.M, (II) Ilham Fajri, MM.Par.

Abstract : The purpose of this research is to analyze the effect of price on consumer purchasing decisions Go-Food in Bandung. This research uses purposive sampling with 153 respondents Go-Food customer in Bandung. The research method use in this reasearch is descriptive method and verificative method. Measurement scale using Likert scale. While for the method of analysis using simple linear regerssion analysis, validity test, realibility test, coefficient of determination technique, F and T test. The result of research of determination coefficient analysis (R^2) is the influence of price equal to 11,7% to consumer purchase decision, so the rest 88,3% is the influence of variables not examined in this study.

Keywords : price, consumer purchasing decisions, Go-Food, Bandung.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Swt yang telah melimpahkan rahman dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Go-Food* di Kota Bandung**”.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Penulis berharap dari ketidak sempurnaan ini dapat memberikan manfaat dan hikmah bagi penulis serta pembaca.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuan dan dorongannya kepada semua pihak yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.

Bandung, Mei 2019

Aliska Pinggar Ulam

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur marilah kita panjatkan kehadirat Allah Swt., karena berkat rahmat dan karunia-Nya saya telah diberikan kesehatan dan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuan dan dorongan kepada semua pihak yang telah memberi dukungan, bantuan, bimbingan, dorongan dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan dengan tulus dengan segala kerendahan hati, penulis secara khusus menyampaikan penghargaan dengan rasa terimakasih yang tak terhingga kepada :

1. Allah SWT yang selalu memberikan kesehatan dan melimpahkan kasih sayang-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini.
2. Prof. Dr. H. R. Asep Kadarohman, M.Si. selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
3. Dr. Agus Mulyana, M.Hum. selaku Dekan Fakultas Pendidikan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial.
4. Agus Sudono, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Industri Katering dan dosen Pembimbing I yang telah memberikan masukan, pengarahan dan membimbing penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
5. Ilham Fajri, S.Par., M.M.Par. selaku dosen Pembimbing II yang memberikan bimbingan dan saran yang berharga bagi penulis.

Ucapan terimakasih ini juga penulis sampaikan kepada

1. Kedua orangtua tercinta, Bapak Dendy Suardi dan Ibu Endang Sri Wahyuni yang selalu memberikan do'a dan telah memberikan kasih sayang serta dukungan yang terus menerus baik itu materi maupun non-materi.
2. Sahabat terdekat selama kuliah penulis Putri Andan, Sarah, Ghevi, Vivi, Agita, Adisti, Utami yang selalu memberikan semangat, do'a serta dukungan kepada penulis dalam mewujudkan cita-cita.
3. Orang terdekat penulis Ganang Haryutomo yang telah memberikan tenaga, waktu, do'a serta motivasi untuk keberhasilan penulis.
4. Sahabat terdekat selama di bangku SMA, Muhammad Irsyad, Josi Wanda Pramantika, Puspaharti, Maudya Dwi Lestari, Adinda, Edwin Alvino, Dinda Tamara Dipta yang membuat motivasi penulis untuk cepat menyelesaikan kuliah dengan baik.
5. Teman-Teman lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Karya tulis ini bukanlah karya yang sempurna karena masih memiliki banyak kekurangan, baik dalam hal ini maupun sistematika dan teknik penulisannya. Keterbatasan ilmu dan waktu dalam penulis menyelesaikan karya tulis ini, penulis memohon maaf jika data – data atau penulisan yang tidak tepat atau salah. Penulis mengharapkan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga Allah memberikan balasan atas kemurahan dan amal baik semua pihak yang telah membantu penulis selama proses perkuliahan dan penyusunan skripsi ini. Atas perhatian dari segala pihak kami ucapkan terima kasih, kami berharap laporan ini dapat bermanfaat bagi pembacanya.

Akhir kata penulis berharap bahwa karya tulis ini dapat memberi manfaat bagi penulis khususnya, dan bagi pembaca umumnya.

Bandung, Mei 2019

Aliska Pinggar Ulam

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR LAMPIRAN	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
BAB II TINJAUAN MASALAH	14
2.1 Kajian Pustaka.....	14
2.1.1 Teori Pariwisata	14
2.1.2 Wisata Kuliner	16
2.1.3 Pengertian Restoran	17
2.1.3.1 Klasifikasi Restoran.....	21
2.1.4 Tren Belanja <i>Online</i>	23
2.1.5 Definisi <i>E-Commerce</i>	24
2.1.5.1 <i>Business to Consumer (B2C)</i>	25
2.1.5.2 Komponen <i>E-Commerce</i>	26
2.1.5.3 <i>Mobile Commerce</i>	27
2.1.6 Pengertian Layanan Antar	28
2.1.6.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Layanan Antar.....	28
2.1.6.2 Faktor-faktor yang Penghambat Layanan Antar	30
2.1.7 Pengertian Pemasaran	30
2.1.7.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	31
2.1.8 Pengertian Marketing Mix.....	32
2.1.9 Pengertian Harga	34
2.1.9.1 Tujuan Penetapan Harga	35
2.1.9.2 Memulai dan Menanggapi Perubahan Harga	36
2.1.9.3 Memulai Kenaikan Harga	37

2.1.9.4 Metode Penentuan Harga Jual	38
2.1.9.5 Metode Penetapan Harga	39
2.1.8 Proses Keputusan Pembelian	40
2.1.9 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	43
2.2 Penelitian Terdahulu	45
2.3 Kerangka Pemikiran	47
2.4 Hipotesis	49
BAB III METODE PENELITIAN	51
3.1 Objek Penelitian	51
3.2 Metode Penelitian	51
3.3 Populasi dan Sampel	52
3.2.1 Populasi	52
3.2.2 Sampel	53
3.4 Metode Pengumpulan Data	54
3.5 Operasional Variabel	55
3.5 Sumber dan Jenis Data	58
3.6 Sumber dan Jenis Data	58
3.6.1 Uji Validitas	59
3.6.1 Uji Reliabilitas	60
3.7 Uji Asumsi Klasik	61
3.7.1 Uji Normalitas	61
3.7.2 Uji Multikolonieritas	62
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas	62
3.8 Teknik Analisis Data	63
3.8.1 Analisis Regresi Linier Sederhana	63
3.8.2 Analisis Korelasi	65
3.8.3 Koefisien Determinasi	65
3.8.4 Uji Parsial (Uji t)	67
3.8.5 Uji Simultan (Uji F)	67
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	68
4.1 Profil Go-Jek Indonesia	68
4.1.1 Sejarah Go-Jek Indonesia	68

4.1.2 Logo Gojek	69
4.1.3 Visi dan Misi Go-Jek.....	69
4.1.4 Struktur Organisasi Go-Jek Pusat	70
4.1.4.1 Struktur Organisasi Go-Jek Regional	71
4.1.5 Aplikasi <i>Go-Food</i>	72
4.1.6 Syarat Bergabung dengan <i>Go-Food</i>	73
4.2 Karakteristik Responden	73
4.2.1 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	74
4.2.2 Karakteristik Responden Menurut Usia	75
4.2.3 Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan	76
4.2.4 Karakteristik Responden Menurut Pengeluaran Rata-Rata Perbulan.....	77
4.2.5 Karakteristik Responden Menurut Frekuensi Penggunaan <i>Go-Food</i> dalam Seminggu	77
4.3 Uji Validitas	78
4.4 Uji Reliabilitas	80
4.5 Statistik Deskriptif.....	80
4.5.1 Harga.....	81
4.5.2 Keputusan Pembelian	82
4.6 Hasil Uji Asumsi Klasik	83
4.6.1 Uji Normalitas	83
4.6.2 Hasil Uji Multikolonieritas.....	85
4.6.3 Hasil Uji Heteroskedisitas	86
4.7 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana	88
4.8 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	91
4.9 Hasil Uji Hipotesis.....	92
4.9.1 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	92
4.9.2 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	94
4.10 Pembahasan Hasil Penelitian	95
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	97
5.1 Kesimpulan	97

5.2 Saran	98
DAFTAR PUSTAKA.....	100
LAMPIRAN	104

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Distribusi Pendapatan Pariwisata Tahun 2014 – 2016	2
Tabel 1.2 Jumlah Restoran/Rumah Makan di Kota Besar, Provinsi Jawa Barat	4
Tabel 1.3 Data Pengguna Smartphone di Indonesia.....	5
Tabel 1.4 Jumlah Restoran, Rumah Makan, Kafe yang Bergabung dengan Go-Food di Kota Bandung Tahun 2018	7
Tabel 1.5 Tarif Dasar Go-Food Partner.....	10
Tabel 1.6 Tarif Dasar Go-Food Jam Sibuk/Rush Hour	11
Tabel 2.1 Kajian Terdahulu	46
Tabel 3.1 Skala Likert	55
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	56
Tabel 3.3 Pedoman Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi.....	66
Tabel 3.4 Pedoman Interpretasi Terhadap Koefisien Determinasi.....	67
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	74
Tabel 4.2 Usia Responden.....	75
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden	76
Tabel 4.4 Pengeluaran Rata-rata Perbulan Responden	77
Tabel 4.5 Frekuensi Penggunaan Go-Food dalam Seminggu Responden	78
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Harga	79
Tabel 4.7 Hasil Uji Keputusan Pembelian	80
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Harga dan Keputusan Pembelian	81
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel Harga (X1)	82
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel Keputusan Pembelian (Y)	83
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas Secara Statistik	86
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolonieritas	87
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser	88
Tabel 4.14 Koefisien.....	89
Tabel 4.15 Uji Nilai Signifikan	90

Tabel 4.16 Koefisien Regresi Sederhana	90
Tabel 4.17 Hasil Korelasi Harga dan Keputusan Pembelian	91
Tabel 4.18 Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	93
Tabel 4.19 Hasil Uji Signifikansi Parsial (uji t)	94
Tabel 4.20 Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F)	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kurva unduhan aplikasi go-jek dan Transaksi pelanggan Go-Jek selama Januari-juni 2017	6
Gambar 1.2 Presentase Penggunaan Fitur Aplikasi Gojek	8
Gambar 1.3 Presentase Perbedaan Volume dan Peningkatan Volume Transaksi Setelah Menjadi Mitra UMKM Go-Food	9
Gambar 1.4 Presentase Rata-Rata Omzet dalam 1 Minggu Sebelum dan Setelah Menjadi Mitra UMKM Go-Food.....	9
Gambar 2.1. Tahapan proses keputusan pembelian	38
Gambar 4.1 Logo Go-jek	69
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Perusahaan Go-jek	70
Gambar 4.3 Struktur Organisasi Perusahaan Go-jek Regional	71
Gambar 4.4 Q-Q Plot Normalitas data.....	84

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	SK Pembimbing Skripsi
Lampiran 2	Kuesioner Penelitian
Lampiran 3	Uji Normalitas
Lampiran 4	Uji Multikolinearitas
Lampiran 5	Uji Heteroskedastisitas
Lampiran 6	Uji Variabel harga
Lampiran 7	Uji Variabel Keputusan pembelian
Lampiran 8	Reliabel Harga
Lampiran 9	Reliabel Keputusan Pembelian
Lampiran 10	Tabel Harga
Lampiran 11	Tabel Keputusan Pembelian
Lampiran 12	Dokumentasi
Lampiran 13	Curriculum Vitae