

ABSTRAK

Hadirnya layanan pesan-antar makanan secara daring (*food delivery service*) membuat konsumen Indonesia yang mempunyai karakteristik ingin selalu dilayani tidak perlu repot lagi dengan menghabiskan waktu di jalan untuk pergi dan mengantri di restoran atau outlet makanan yang diinginkan. Shopee merupakan salah satu *e-commerce* atau situs belanja terbesar di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Shopee Food.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kausal komparatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian melalui Shopee Food di Surabaya. Sumber data yang digunakan yaitu data primer. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *accidental sampling* dengan menyebarluaskan kuesioner kepada 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan ini adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Shopee Food, harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Shopee Food, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Shopee Food.

Kata kunci : kualitas pelayannya, harga, promosi, keputusan pembelian.

ABSTRACT

The presence of online food delivery services (food delivery service) makes Indonesian consumers have a characteristic that always wants to be served, they do not need to spend time on the road anymore wasting time to take a queue at a restaurant or food outlet they desire. Shopee is one of the biggest e-commerce or shopping sites in Indonesia. This research aimed to find out the effect of service quality, price, and promotion on the purchasing decision at Shopee food. This research used causal-comparative. Furthermore, the research population used consumers who purchased Shopee food at Surabaya. The research data source used primary data. Moreover, the research sample collection technique used an accidental sampling technique with questionnaire distribution to 100 respondents. In addition, the research data analysis technique used multiple linear regressions analysis. The research result concluded that the variable of service quality had a significant effect on the purchasing decision at Shopee food, meanwhile, the price had a significantly affected the purchasing decision at Shopee food, and promotion had a significant effect on the purchasing decision at Shopee food.

Keywords: service quality, price, promotion, purchasing decision.

I certify that this translation is true
and accurate, Prepared by a
professional translator. This
translation is provided on this day

09/03/22

M. Faisal, S.Rd., M.Pd
STIESIA Language Center
Menur Pungungan 30 Surabaya 60118, Indonesia