

HALAMAN MOTTO

“Selesaikan apa yang sudah dimulai”

-Rahmah Wahyuni-

“Pada akhirnya, ini semua hanya permulaan”

-Nadin Amizah-

“Tidak ada yang menyakitimu kecuali itu pikiranmu, tidak ada yang membatasmu kecuali itu ketakutanmu, tidak ada yang mengendalikan kamu kecuali itu keyakinanmu”

-Maulana Jalaludin Ar-Rumi-



HALAMAN PERSEMBAHAN

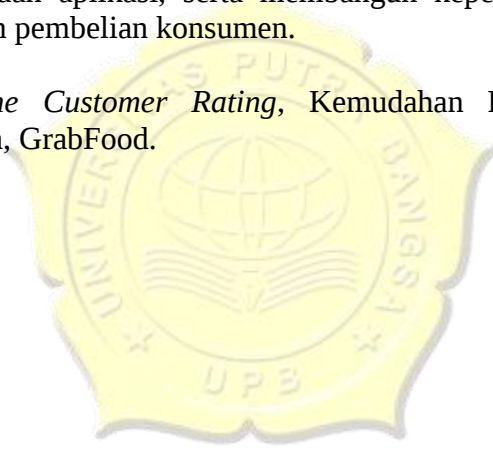
Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, skripsi ini penulis persembahkan sebagai tanda terimakasih yang mendalam kepada:

1. Kedua orang tua penulis, Bapak Tarmidi dan Ibu Nur Khafidoh, serta adik penulis Aris Nurdiansyah dan Rahmah Alya Safitri yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan penuh untuk menyelesaikan skripsi.
2. Bapak Eko Wardoyo, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing. Terimakasih atas ilmu, arahan, dan kesabaran yang selama ini diberikan dengan tulus dan ikhlas kepada penulis.
3. Hari Oktodias partner penulis yang menjadi bagian penting dalam perjalanan studi penulis. Terimakasih telah menjadi rumah untuk melepas keluh kesah, selalu memberikan doa dan motivasi, serta membantu ketika masa sulit, dukungan yang diberikan menjadi penguat penulis dalam menyelesaikan skripsi.
4. Sahabat penulis Salma Aida dan Ilham Faturrahman, terimakasih sudah kebersamai perjalanan studi penulis dan menjadi keluarga tempat berbagi cerita suka maupun duka.
5. Teman seperjuangan Syifa Nurjanah, Rossiana Galuh Prastiwi, dan Fajar Adi Prayoga yang selalu membantu serta memberikan support dalam menyelesaikan skripsi.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *online customer rating*, kemudahan penggunaan, dan *e-trust* terhadap keputusan pembelian pada layanan pesan antar Grabfood di Kabupaten Kebumen. Latar belakang penelitian ini didasari oleh meningkatnya penggunaan layanan pesan antar makanan secara online serta pentingnya faktor digital dalam membentuk perilaku konsumen. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei terhadap 100 responden pengguna Grabfood di Kabupaten Kebumen. Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel yaitu *online customer rating*, kemudahan penggunaan, dan *e-trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan, ketiga variabel tersebut juga menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian layanan Grabfood. Temuan ini memberikan implikasi bahwa Grabfood perlu meningkatkan kualitas rating pelanggan, kemudahan penggunaan aplikasi, serta membangun kepercayaan digital untuk mendorong keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci: *Online Customer Rating*, Kemudahan Penggunaan, *E-Trust*, Keputusan Pembelian, GrabFood.



ABSTRACT

This research aims to examine the influence of Online Customer Rating, Ease of Use, and E-Trust on purchase decisions in the Grabfood delivery service among consumers in Kebumen Regency. The study is driven by the rapid growth of online food delivery services and the increasing role of digital factors in shaping consumer behavior. A quantitative research method was employed, using a survey distributed to 100 Grabfood users in the region. The data were analyzed through multiple linear regression to assess the effect of each independent variable on purchase decisions. The results demonstrate that Online Customer Rating, Ease of Use, and E-Trust each have a positive and significant influence on purchase decisions. Furthermore, these variables jointly have a significant impact. The findings highlight the importance for Grabfood to maintain high customer ratings, ensure application usability, and strengthen consumer trust to enhance purchasing decisions.

Keywords: Online Customer Rating, Ease of Use, E-Trust, Purchase Decision, GrabFood.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penelitian dengan judul *"Pengaruh Online Customer Rating, Kemudahan Penggunaan, dan E-Trust Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Layanan Pesan Antar Grabfood pada Masyarakat Kabupaten Kebumen"* dapat diselesaikan dengan baik. Penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan studi.

Penelitian ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E.,M.M, selaku Rektor Universitas Putra Bangsa.
2. Bapak Anton Prasetyo, S.E.,M.M, selaku Kaprodi Bisnis Digital Universitas Putra Bangsa.
3. Bapak Eko Wardoyo S.E.,M.M, Selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, masukan, dan bimbingan yang sangat berharga dalam penyusunan skripsi ini.
4. Keluarga yang selalu memberikan doa, motivasi, dan dukungan tanpa henti.
5. Responden penelitian, yang telah meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner.
6. Teman-teman dan semua pihak yang turut membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki keterbatasan dan kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan

demi perbaikan di masa mendatang. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi akademisi, praktisi, serta pihak-pihak yang tertarik dengan topik yang dibahas.



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
---------------------------	---

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAKSI	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	15
1.3. Batasan Masalah	16
1.4. Tujuan Penelitian	17
1.5. Manfaat Penelitian	17
BAB II.....	19
KAJIAN PUSTAKA.....	19
2.1. Tinjauan Teori.....	19

2.1.1. Keputusan Pembelian.....	19
2.1.2. <i>Online Costumer Rating</i>	28
2.1.3. Kemudahan Penggunaan.....	31
2.1.4. <i>E-Trust</i>	33
2.2. Penelitian Terdahulu	37
2.3. Hubungan Antar Variabel	43
2.3.1. Hubungan Antara <i>Online Costumer Rating</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	43
2.3.2. Hubungan Antara Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian.....	44
2.3.3. Hubungan Antara E-trust terhadap Keputusan Pembelian.....	45
2.4. Model Empiris	46
2.5. Hipotesis	47
BAB III	49
METODE PENELITIAN.....	49
3.1. Objek dan Subjek Penelitian.....	49
3.1.1. Objek Penelitian.....	49
3.1.2. Subjek Penelitian.....	49
3.2. Variabel Penelitian.....	49
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	50
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	54
3.5. Data dan Teknik Pengupulan Data	56
3.5.1. Jenis Data	56

3.5.2. Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.6. Populasi dan Sampel.....	57
3.6.1. Populasi.....	57
3.6.2. Sampel.....	58
3.7. Teknik Pengambilan Sampel.....	58
3.8. Teknik Analisis	59
3.8.1. Analisis Statistik Deskriptif	60
3.8.2. Analisis Kuantitatif	60
BAB IV	69
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	69
4.1. Gambaran Umum.....	69
4.1.1. Gambaran Umum Grab Food.....	69
4.2. Analisis Deskriptif	71
4.2.1. Karakteristik Responden berdasarkan Alamat (Kecamatan)	71
4.2.2. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	72
4.2.3. Karakteristik Responden berdasarkan Usia	73
4.2.4. Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	74
4.2.5. Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan	75
4.3. Analisis Statistik	76
4.3.1. Uji Validitas	76
4.3.2. Uji Reliabilitas	80
4.3.3. Uji Asumsi Klasik.....	81
4.3.4. Analisis Regresi Linier Berganda	85

4.3.5. Pengujian Hipotesis.....	87
4.4. Pembahasan.....	91
4.4.1. Pengaruh <i>Online Customer Rating</i> terhadap Keputusan Pembelian layanan pesan antar Grabfood.....	91
4.4.2. Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian layanan pesan antar Grabfood.....	92
4.4.3. Pengaruh <i>E-Trust</i> terhadap Keputusan Pembelian layanan pesan antar Grabfood	93
4.4.4. Pengaruh <i>Online Customer Rating</i> , Kemudahan Penggunaan, dan <i>E-Trust</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	94
BAB V.....	96
SIMPULAN	96
5.1. Simpulan	96
5.2. Keterbatasan.....	98
5.3. Implikasi dan Saran.....	98
5.3.1. Implikasi Praktis	99
5.3.2. Implikasi Teoritis	101
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN.....	109

DAFTAR TABEL

Tabel I- 1 Nilai Transaksi Bisnis Pesan Antar Makanan Indonesia.....	3
--	---

Tabel I- 2 Hasil Observasi pengguna layanan pesan antar makanan pada masyarakat Kabupaten Kebumen.....	5
Tabel I- 3 Faktor yang memengaruhi Keputusan pembelian konsumen pada layanan Grabfood	8
Tabel II- 1 Penelitian Terdahulu	37
Tabel III- 1 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian	51
Tabel III- 2 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel <i>Online Costumer Rating</i>	52
Tabel III- 3 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel Kemudahan Penggunaan	53
Tabel III- 4 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel <i>E-Trust</i>	54
Tabel IV- 1 Responden Berdasarkan Alamat (Kecamatan).....	71
Tabel IV- 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	72
Tabel IV- 3 Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	73
Tabel IV- 4 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	74
Tabel IV- 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	75
Tabel IV- 6 Uji Validitas Variabel <i>Online Customer Rating</i>	77
Tabel IV- 7 Uji Validitas Variabel Kemudahan Penggunaan	78
Tabel IV- 8 Uji Validitas Variabel <i>E-Trust</i>	79
Tabel IV- 9 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	79
Tabel IV- 10 Hasil Uji Reliabilitas	81
Tabel IV- 11 Hasil Uji Multikolinearitas	83
Tabel IV- 12 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	85

Tabel IV- 13 Hasil Uji Simultan (Uji f).....	89
Tabel IV- 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	90



DAFTAR GAMBAR

Gambar I- 1 Nilai <i>Gross Merchandise Value (GMV)</i> Layanan Pesan-Antar Makanan di Asia Tenggara Tahun 2023	2
Gambar II- 1 Model Empiris.....	47
Gambar IV- 1 Hasil Uji Normalitas	82
Gambar IV- 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	84



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner Penelitian	110
Lampiran II Data Responden	115
Lampiran III Tabulasi Data	120
Lampiran IV Hasil Uji Validitas	126
Lampiran V Hasil Uji Reliabilitas.....	130
Lampiran VI Hasil Uji Asumsi Klasik.....	131
Lampiran VII Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	132
Lampiran VIII Hasil Uji Hipotesis.....	133
Lampiran IX Tabel r.....	134
Lampiran X Tabel t	137
Lampiran XI Tabel f.....	140
Lampiran XII Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi	143
Lampiran XIII Kartu Tanda Peserta Seminar Skripsi	144