

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS INFORMASI
DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN APLIKASI
TERHADAP MINAT PEMBELIAN KONSUMEN GO-
FOOD**

**(Studi Kasus Konsumen Go-Food Warga RT 008,
Bintara, Bekasi Barat)**

SKRIPSI

**SAHAL MAHFUZ
21160000187**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2022**

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS INFORMASI
DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN APLIKASI
TERHADAP MINAT PEMBELIAN KONSUMEN GO-
FOOD**

**(Studi Kasus Konsumen Go-Food Warga RT 008,
Bintara, Bekasi Barat)**

SKRIPSI

**SAHAL MAHFUZ
21160000187**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2022**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi dengan judul :

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS INFORMASI
DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN APLIKASI
TERHADAP MINAT PEMBELIAN KONSUMEN GO-
FOOD
(Studi Kasus Konsumen Go-Food Warga RT 008,
Bintara, Bekasi Barat)**

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 17 Februari 2022



SAHAL MAHFUZ

NPM 21160000187

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Karya ilmiah dengan judul :

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS INFORMASI
DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN APLIKASI
TERHADAP MINAT PEMBELIAN KONSUMEN GO-
FOOD
(Studi Kasus Konsumen Go-Food Warga RT 008,
Bintara, Bekasi Barat)**

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Karya Ilmiah ini ditulis di bawah bimbingan Dr. Diah Pralitasari, SP., MM dan diketahui oleh Kepala Program Studi Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai karya ilmiah pada Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 17 Februari 2022

Pembimbing

Kepala Program Studi Manajemen



Dr. Diah Pralitasari, SP., MM.

Muhammad Ramaditya, BBA, M.Sc.



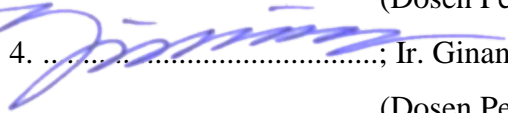
HALAMAN PENGESAHAN

Karya ilmiah dengan judul :

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS INFORMASI
DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN APLIKASI
TERHADAP MINAT PEMBELIAN KONSUMEN GO-
FOOD
(Studi Kasus Konsumen Go-Food Warga RT 008,
Bintara, Bekasi Barat)**

telah diuji dalam suatu sidang Karya Ilmiah yang diselenggarakan oleh Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 01 Maret 2022 dengan nilai **A**.

Panitia Ujian Karya Ilmiah

1.; Muhammad Ramaditya, BBA, M.Sc.
 (Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.; Dr. Diah Pranitasari, SP., MM.
 (Dosen Pembimbing)
3.; Dr. Gatot Prabantoro, SE., MM
 (Dosen Penguji)
4.; Ir. Ginanjar Syamsuar, ME
(Dosen Penguji)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Subhanahu wa ta'ala Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan bimbingan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta.

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada:

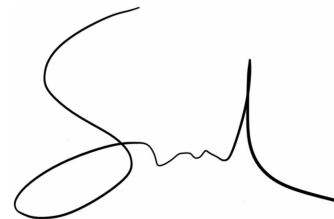
1. Ibu Dr. Diah Pranasari, SP., MM. Selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Gatot Prabantoro, SE., MM dan Bapak Ir. Ginanjar Syamsuar, ME selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA, M.Sc selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen.
4. Segenap dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), atas ilmu yang diberikan serta bimbinganya selama melaksanakan studi.
5. Bapak Harun dan Ibu Zuhriyawati selaku kedua orang tua peneliti yang tiada henti memberikan doa, semangat, dan menjadi sumber semangat dan motivasi bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Tasya Nindya selaku *support system* peneliti yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini serta membuat peneliti bersemangat untuk menyelesaikan skripsi ini, yang tiada hentinya di samping peneliti mencurahkan hati, semangat dan mencurahkan pikirannya. Tiada ada kata yang cukup yang menggambarkan perasaan dan rasa terima kasih peneliti kepada seseorang ini karena dengan kehadirannya peneliti bisa mempunyai

tujuan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi yang hampir 2 tahun peneliti telat dalam menyelesaikannya.

7. Dan rasa terimakasih peneliti haturkan kepada Bimo, Andryan, Ari dan Mini. Selaku sahabat peneliti yang selalu memberikan dukungan serta semangat kepada peneliti agar menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada pengisi kusioner yang telah membantu peneliti dan menyempatkan waktu untuk mengisi data kuisisioner untuk kepentingan penelitian
9. *Last but not least.* Tentu kepada diri sendiri yang telah berjuang sejauh ini, yang telah melawati banyak hal dan banyak rintangan untuk menyelesaikan skripsi dengan penuh kerja keras dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini, *you did well, and I proud of myself.*

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini.

Jakarta, 17 Februari 2022



SAHAL MAHFUZ
NPM 21160000187

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: Sahal Mahfuz
NPM	: 21160000187
Program Studi	: S1 Manajemen
Jenis Karya	: Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas Karya Ilmiah saya yang berjudul :

PENGARUH PROMOSI, KUALITAS INFORMASI DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN APLIKASI TERHADAP MINAT PEMBELIAN KONSUMEN GO- FOOD (Studi Kasus Konsumen Go-Food Warga RT 008, Bintara, Bekasi Barat)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan Karya Ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di	: Bekasi
Pada Tanggal	: 17 Februari 2022

Yang menyatakan,



Sahal Mahfuz

ABSTRAK

Nama Lengkap : Sahal Mahfuz	Dosen Pembimbing :
NPM : 21160000187	Dr. Diah Pranitasari, SP., MM.
Program Studi S-1 Manajemen	
PENGARUH PROMOSI, KUALITAS INFORMASI DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN APLIKASI TERHADAP MINAT PEMBELIAN KONSUMEN GO- FOOD (Studi Kasus Konsumen Go-Food Warga RT 008, Bintara, Bekasi Barat)	
<p>Penelitian ini bertujuan untuk menguji bagaimana pengaruh dari Promosi terhadap Minat Pembelian konsumen Go-Food, pengaruh dari Kualitas Informasi terhadap Minat Pembelian konsumen Go-Food serta pengaruh dari Kemudahan Penggunaan Aplikasi terhadap Minat Pembelian Konsumen Go-Food dengan studi kasus konsumen Go-Food Warga RT 008, Bintara, Bekasi Barat.</p> <p>Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif yang diukur menggunakan metode regresi linear berganda menggunakan aplikasi SPSS V.25.0. Populasi dalam penelitian ini adalah warga RT 008, Bintara, Bekasi Barat yang berjumlah 169 orang, yang kemudian diambil sampelnya menggunakan teknik <i>purposive sampling</i> sehingga sampel yang dibutuhkan ialah minimal 119 orang.</p> <p>Hasil penelitian ini membuktikan bahwa Adanya pengaruh yang signifikan antara variabel Promosi, Kualitas Informasi dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi terhadap Minat Beli dalam penelitian ini.</p>	
<i>Kata Kunci : Promosi, Kualitas Informasi, Kemudahan Penggunaan Aplikasi dan Minat Pembelian</i>	

ABSTRACT

Nama Lengkap : Sahal Mahfuz

Dosen Pembimbing :

NPM : 2116000197

Dr. Diah Pranitasari, SP., MM.

Program Studi S-1 Manajemen

THE INFLUENCE OF PROMOTION, QUALITY OF INFORMATION AND EASE OF USE OF THE APPLICATION ON GO-FOOD CONSUMER PURCHASE INTENTION

(Case Study Go-Food Consumers Residents of RT 008, Bintara, West Bekasi)

This study aims to examine how the effect of Promotion on Go-Food consumer's Purchase Intention, the effect of Information Quality on Go-Food consumer's Purchase Intention and the effect of Ease of Use of Applications on Go-Food Consumer Purchase Intention with case studies of Go-Food consumers residents of RT 008, Bintara, West Bekasi.

This research uses descriptive quantitative method which is measured using multiple linear regression method using SPSS V.25.0 application. The population in this study were residents of RT 008, Bintara, West Bekasi totaling 169 people, which were then taken using purposive sampling technique so that the required sample was at least 119 people.

The results of this study prove that There is a significant influence between the variables of Promotion, Information Quality and Ease of Use of Applications on Purchase Interest in this study.

Keywords : Promotion, Quality Of Information, Ease Of Use Of The Application and Purchase Intention.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II	8
KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan Teori	13
2.2.1 Pengertian Pemasaran	13
2.2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	13
2.2.3 Bauran Pemasaran.....	14
2.2.4 Promosi	16
2.2.4.1 Pengertian Promosi	16
2.2.4.2 Indikator Promosi.....	17
2.2.4.3 Tujuan Promosi	17

2.2.4.4 Promosi Penjualan.....	19
2.2.5 Kualitas Informasi.....	20
2.2.5.1 Pengertian Kualitas Informasi.....	20
2.2.5.2 Nilai Informasi	21
2.2.5.3 Indikator Kualitas Informasi	22
2.2.6 Kemudahan Penggunaan Aplikasi.....	23
2.2.6.1 Pengertian Kemudahan Penggunaan.....	23
2.2.6.2 Indikator Kemudahan Penggunaan	23
2.2.7 Minat Beli	24
2.2.7.1 Pengertian Minat Beli	24
2.2.7.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli	24
2.2.7.3 Indikator Minat Beli.....	25
2.3 Hubungan Antar Variabel Penelitian	25
2.4 Pengembangan Hipotesis Penelitian	27
2.5 Kerangka Konseptual	28
BAB III.....	29
METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Strategi Penelitian.....	29
3.2 Populasi dan Sampel	29
3.2.1 Populasi.....	29
3.2.2 Sample Penelitian	30
3.3 Metode Pengumpulan Data	31
3.3.1 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.4 Operasional Variabel.....	33
3.5 Uji Validitas	35
3.6 Uji Reliabilitas.....	36
3.7 Metode Analisis Data	36
3.7.1 Analisis Statistik Data.....	36
3.7.1.1 Koefisien Determinasi.....	37
BAB IV	38
PEMBAHASAN	38

4.1	Deskripsi Perusahaan	38
4.2	Deskripsi Responden	39
4.2.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
4.2.2	Responden Berdasarkan Usia.....	40
4.2.3	Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
4.2.4	Responden Berdasarkan Penghasilan.....	41
4.3	Deskripsi Data	42
4.3.1	Analisis Promosi	43
4.3.2	Analisis Kualitas Informasi.....	43
4.3.3	Analisis Kemudahan Penggunaan Aplikasi	44
4.3.4	Analisis Minat Beli	44
4.4	Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	45
4.4.1	Uji Validitas	45
4.4.2	Uji Reliabilitas	48
4.5	Analisis Statistik Data	51
4.5.1	Uji Koefisien Korelasi.....	51
4.5.1.1	Koefisien Korelasi X1 Terhadap Y	51
4.5.1.2	Koefisien Korelasi X2 Terhadap Y	52
4.5.1.3	Koefisien Korelasi X3 Terhadap Y	53
4.5.2	Uji Koefisien Korelasi Berganda	54
4.5.3	Koefisien Determinasi.....	54
4.6	Pembahasan Hasil Analisa Data.....	55
4.6.1	Pengaruh Promosi (X1) Terhadap Minat Beli (Y).....	56
4.6.2	Pengaruh Kualitas Informasi (X2) Terhadap Minat Beli (Y)	57
4.6.3	Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi (X3) Terhadap Minat Beli (Y) 57	
4.6.4	Pengaruh Promosi (X1), Kualitas Informasi (X2) Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi (X3) Terhadap Minat Beli (Y).....	58
BAB V	59
KESIMPULAN DAN SARAN	59
5.1	Kesimpulan.....	59

5.2	Saran.....	60
5.3	Keterbatasan Penelitian dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya	60
	DAFTAR PUSTAKA	62

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pengeluaran Rutin Per Bulan Selama Masa Pandemi Di Semua Platform (2020).....	5
Tabel 3. 1 Skala Likert.....	32
Tabel 3. 2 Operasional Variabel.....	34
Tabel 3. 3 Interpretasi Koefisien Korelasi	37
Tabel 4. 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Tabel 4. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	40
Tabel 4. 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	41
Tabel 4. 4 Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan	42
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Instrumen Per Butir Untuk Variabel Promosi (X1)	45
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Instrumen Per Butir Untuk Variabel Kualitas Informasi (X2).....	46
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Instrumen Per Butir Untuk Variabel Kemudahan Penggunaan Aplikasi (X3)	47
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Instrumen Per Butir Untuk Variabel Minat Beli (Y)	47
Tabel 4. 9 Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X1).....	49
Tabel 4. 10 Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Informasi (X2)	49
Tabel 4. 11 Uji Reliabilitas Variabel Kemudahan Penggunaan Aplikasi (X3).....	49
Tabel 4. 12 Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli (Y).....	50
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Promosi (X1), Kualitas Informasi (X2), Kemudahan Penggunaan Aplikasi (X3), dan Minat Beli (Y).	50
Tabel 4. 14 Koefisien Korelasi Promosi (X1) Terhadap Minat Beli (Y).....	51
Tabel 4. 15 Koefisien Korelasi Kualitas Informasi (X2) Terhadap Minat Beli (Y)	52
Tabel 4. 16 Koefisien Korelasi Kemudahan Penggunaan Aplikasi (X3) Terhadap Minat Beli (Y).....	53
Tabel 4. 17 Hasil Uji Koefisien Korelasi Berganda.....	54

Tabel 4. 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi	54
---------------------------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Internet Di Indonesia	2
Gambar 1. 2 Peta Persaingan Bisnis Jasa Layanan Pesan-Antar Makanan Daring Di Seluruh Dunia	4
Gambar 4. 1 Logo Go-Food	39
Gambar 4. 2 Diagram Skala Likert Variabel Promosi	43
Gambar 4. 3 Diagram Skala Likert Variabel Kualitas Informasi.....	43
Gambar 4. 4 Diagram Skala Likert Variabel Kemudahan Penggunaan Aplikasi .	44
Gambar 4. 5 Diagram Skala Likert Variabel Minat Beli	44
Gambar 4. 6 Hasil Analisa Data.....	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembaran Kuesioner.....	67
Lampiran 2 Data Penelitian.....	73
Lampiran 3 Hasil Data Output SPSS	86
Lampiran 4 Daftar Riwayat Hidup.....	90
Lampiran 5 Surat Permohonan Penelitian.....	91