

**PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN AYAM PENYET NASI TUTUG
ONCOM *SETU* MELALUI APLIKASI GOFOOD**

SKRIPSI

Oleh:

Robiatul Adawiyah

202010325407



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2024

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap
Keputusan Pembelian Ayam Penyet Nasi
Tutug Oncom *Setu* Melalui Aplikasi Gofood.
Nama Mahasiswa : Robiatul Adawiyah
Nomor Pokok : 202010325407
Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 18 Juli 2024

Jakarta, 25 Juli 2024

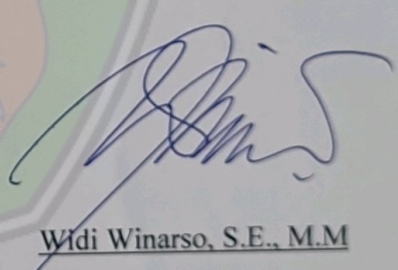
MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Dr. Joseph Martinio Jocrien Renwarin, S.E., M.M

NIDN. 0313036802


Widi Winarso, S.E., M.M

NIDN. 0319067606

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap
Keputusan Pembelian Ayam Penyet Nasi
Tutug Oncom *Setu* Melalui Aplikasi
Gofood.
Nama Mahasiswa : Robiatul Adawiyah
Nomor Pokok : 202010325407
Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 18 Juli 2024

Jakarta, 25 Juli 2024

Ketua Tim Penguji : Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA
NIDN. 0309048102
Sekretaris Tim Penguji : Dr. Andrian, S.E., M.M.
NIDN. 0321077102
Penguji : Dr. Joseph Martinio Jocrien Renwarin, S.E., M.M
NIDN. 0313036802

MENGESAHKAN,
MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Manajemen

Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M

NIDN. 0327037601

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak

NIDN. 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Robiatul Adawiyah
Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325407
Tempat, Tanggal Lahir : Bekasi, 10 Mei 2001
Alamat : Jl.Raya Pasar Setu RT 01/01 Desa Telajung
Kecamatan Cikarang Barat.

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi saya yang berjudul Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Penyet Nasi Tutug Oncom Setu Melalui Aplikasi Gofood. Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, maka sayabersedia untuk menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasinya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 22 Juli 2024

Yang Membuat Pernyataan



Robiatul Adawiyah

202010325407

ABSTRAK

Tutug oncom merupakan restoran kecil yang menjual nasi tutug oncom di daerah Bekasi. Penelitian ini bertujuan pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Ayam Penyet Nasi Tutug Oncom melalui Aplikasi Gofood. Dengan menggunakan metode penelitian yang digunakan pendekatan kuantitatif Partial Least Square (PLS) melalui SmartPLS 4.0, data dari 100 responden dianalisis untuk menguji hipotesis yang diajukan. Hasil analisis menunjukkan bahwa Promosi Gofood, khususnya melalui iklan dan potongan harga, signifikan memengaruhi Keputusan Pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa strategi promosi yang efektif dapat meningkatkan minat konsumen dalam memilih Ayam Penyet Nasi Tutug Oncom melalui platform Gofood. Selain itu, faktor harga juga terbukti penting, dengan keunggulan harga dan daya saing harga yang mempengaruhi positif terhadap keputusan pembelian. Implikasi manajerialnya menyarankan perusahaan untuk lebih mempertimbangkan strategi promosi yang relevan dan penetapan harga yang kompetitif untuk memaksimalkan daya tarik produk di pasar daring.

Studi ini juga mengungkapkan profil konsumen yang dominan, dengan mayoritas responden berusia 21-25 tahun, sebagian besar adalah perempuan, dan mayoritas adalah pelajar atau mahasiswa. Temuan ini menunjukkan bahwa generasi muda, terutama mereka yang aktif menggunakan teknologi, menjadi target utama dalam strategi pemasaran digital seperti yang digunakan oleh Gofood. Penelitian ini tidak hanya memberikan wawasan tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian dalam konteks aplikasi pengiriman makanan, tetapi juga menawarkan landasan bagi penelitian lebih lanjut untuk mengeksplorasi variabel lain yang mungkin mempengaruhi preferensi konsumen secara online.

Kata Kunci: Promosi Gofood, Pengaruh Harga, Keputusan Pembelian, Aplikasi Gofood.

ABSTRACT

Tutug Oncom is a small restaurant that sells Tutug Oncom rice in the Bekasi area. This research aims to influence promotions and prices on purchasing decisions for Ayam Penyet Nasi Tutug Oncom via the Gofood application. Using the research method using the Partial Least Square (PLS) quantitative approach via SmartPLS 4.0, data from 100 respondents was analyzed to test the proposed hypothesis. The analysis results show that Gofood promotions, especially through advertising and price discounts, significantly influence purchasing decisions. This shows that effective promotional strategies can increase consumer interest in choosing Ayam Penyet Nasi Tutug Oncom via the Gofood platform. Furthermore, price factors also proved to be important, with price advantages and competitive pricing positively affecting purchase decisions. The managerial implications suggest that companies should consider relevant promotional strategies and competitive pricing to maximize product appeal in the online market.

The study also reveals the dominant consumer profile, with the majority of respondents aged 21-25 years, mostly female, and predominantly students. These findings indicate that the younger generation, especially those actively using technology, are the primary target in digital marketing strategies employed by Gofood. This research not only provides insights into the factors influencing purchase decisions in the context of food delivery applications but also offers a foundation for further studies to explore other variables that may affect consumer preferences online.

Keywords: Gofood Promotion, Price Influence, Purchase Decision, Gofood Application.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang selalu memberikan rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir/skripsi yang berjudul **“Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Penyet Nasi Tutug Oncom Setu Melalui Aplikasi Gofood”**.

Penulisan ini dilakukan guna memenuhi tugas akhir sebagai syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) Program Studi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Dalam penulisan skripsi ini, penulis masih banyak kekurangan, keterbatasan dalam menyampaikan teori, dan ketidaksempurnaan. Maka, penulis dibantu berbagai pihak yang membimbing, memberi dukungan, doa, dan material yang sangat bermanfaat bagi penulis. Maka dari itu, dengan segala hormat dan dari lubuk hati terdalam penulis menyampaikan terima kasih yang mendalam kepada :

1. Bapak Prof.Dr.Irjen Pol. (Pum) Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Superhero dan panutan, Ayahanda H Toto Iskandar, Terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan penulis, beliau mampu mendidik penulis, memotivasi

,memberikan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.

5. Pintu surgaku, Ibunda Zulpaedah Triana, yang tidak henti-hentinya memberikan motivasi serta do'a hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
6. Bapak Widi Winarso, SE., MM Selaku Dosen Pembimbing Akademik sekaligus dosen pembimbing II yang selalu membimbing dan menjadi orang tua saya di kampus selama ini.
7. Bapak, Dr. Joseph Martinio Jocien Renwarin, SE., MM selaku Dosen Pembimbing I yang selalu memberi bimbingan, dukungan serta ilmu dalam menyelesaikan skripsi.
8. Seluruh dosen dan jajaran staff Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
9. Seluruh pihak yang ikut membantu dan memberikan dukungan, serta doa dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Saudara kandung saya Abang tercinta Alm M. Tidzi Abdul Mufti terimakasih juga atas segala motivasi dan pelajaran selama ini yang diberikan semasa hidup beliau kepada penulis.
11. Kepada Kakak perempuan saya satu-satunya Hadirotul Sholehah dan suaminya Mahmud Fatullah terimakasih banyak atas dukungannya secara moral dan material, terimakasih juga atas segala motivasi dan dukungannya yang diberikan kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.

12. Kepada kakak ipar perempuan saya dan selaku pemilik kedai ayam penyet yang penulis teliti, Widi Utami istri dari alm abang tercinta saya terimakasih banyak atas motivasi dan dukungannya yang diberikan kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
13. Kepada Keponakan-keponakan tercinta M.alfatih,M.hilal,M.bilal,Ahmad syatir labib,Aminah Nur Atiyah, Aminah Nurzazilah, terimakasih atas kelucuan-kelucuannya yang membuat penulis semangat dan selalu membuat penulis senang sehingga penulis semangat untuk mengerjakan skripsi ini sampai selesai.
14. Sahabat-sahabat Rawrr Halimatu Zahra,Halahabibah,Nina Amalia,Shofwah Hikmawati,Syintia Nanda.
15. Sahabat-sahabat seperjuangan saya selama saya kuliah Rido Akbar, Alfito surya, Aulia Safitri,Ananda tiara.

Penulisan skripsi ini tidak luput dari kesalahan dan terbatasnya dalam penyampaianya. Maka, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran agar lebih baik di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan ilmu dan manfaat bagi berbagai pihak.

Jakarta, Juni 2024

Penulis



Robiatul Adawiyah

202010325407

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING Error! Bookmark not defined.

DAFTAR ISI iii

DAFTAR TABEL xii

DAFTAR GAMBAR xiii

KATA PENGANTAR Error! Bookmark not defined.

ABSTRACT Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK Error! Bookmark not defined.

BAB I 1

1 PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 11

1.3 Tujuan Penelitian 11

1.4 Manfaat Penelitian 12

1.5 Sistematika Tugas Akhir..... 12

BAB II 14

TELAAH PUSTAKA 14

2.1	Telaah Teoritis	14
2.1.1	Manajemen Modern	14
2.1.2	Definisi Manajemen Pemasaran Modern	16
2.1.3	Perilaku konsumen	18
2.1.4	Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	21
2.1.5	Keputusan Pembelian	23
2.1.6	Dimensi Keputusan Pembelian.....	24
2.1.7	Promosi	27
2.1.8	Harga	30
2.1.9	Perbedaan dengan Penelitian Sebelumnya	36
2.1.10	Kerangka Pemikiran	37
2.1.11	Hipotesis	37
BAB III		
	40 METODE PENELITIAN	
		40
3.1	Desain Penelitian	40
3.2	Populasi Dan Sampel	40
3.2.1	Populasi	40
3.3	Jenis Dan Sumber Data	42
3.3.1	Jenis Data	42
3.3.2	Sumber Data	42
3.4	Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukurannya	44
3.4.1	Definisi Operasional Variabel	44

3.4.2	Skala Pengukuran	46
3.5	Teknik Analisis Data	46
BAB IV		
52		
ANALISIS PEMBAHASAN		52
4.1	Hasil	52
4.1.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	52
4.1.2	Hasil Analisis Deskriptif	53
4.1.2.1	Profil Responden.....	53
4.1.3	Deskripsi Data.....	58
4.1.4	Hasil Analisis Partial Least Square	62
4.1.4.1	Hasil Uji Model Pengukuran (Outer Model)	63
4.1.5	Hasil Uji Model Struktural (Inner Model)	66
4.1.6	Hasil Pengujian Hipotesis	67
4.2	Pembahasan Hasil Penelitian	69
BAB V		
72 SIMPULAN DAN SARAN		
.....		72
5.1	Simpulan	72
5.2	Saran Penelitian	73
5.2.1	Saran Manajerial	73
5.2.2	Saran Penelitian Selanjutnya	76
5.3	Keterbatasan penelitian	76

DAFTAR PUSTAKA	77
-----------------------------	-----------

Lampiran	82
-----------------------	-----------



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	34
Tabel 2 Operasional Variabel	44
Tabel 3 Skala Likert	46
Tabel 4 Karakteristik Jenis Kelamin Responden	54
Tabel 5 Karakteristik Pendidikan.....	54
Tabel 6 Karakteristik Jenis Pekerjaan	55
Tabel 7 Karakteristik Umur Responden.....	56
Tabel 8 Berdasarkan Domilisi.....	56
Tabel 9 Berdasarkan Pengeluaran Perbulan.....	58
Tabel 10 Deskripsi Data Variabel Pengaruh Promosi	58
Tabel 11 Deskripsi Data Variabel Pengaruh Harga	60
Tabel 12 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	61
Tabel 13 Hasil Uji Convergent Validity	63
Tabel 14 Hasil Uji Convergent Validity Menurut AVE	64
Tabel 15 Hasil Uji Discriminant Validity	64
Tabel 16 Hasil Uji Reability	65
Tabel 17 Hasil Nilai R Square	66
Tabel 18 Hasil Nilai Q Square	67
Tabel 19 Hasil Uji Hipotesis Penelitian	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Jumlah UMKM Tahun 2018 - 2022	3
Gambar 1.2 Diagram Kuesioner pra-survey berdasarkan umur	5
Gambar 1.3 Diagram Kuesioner pra-survey berdasarkan jenis kelamin	5
Gambar 1.4 Diagram Kuesioner pra-survey berdasarkan pekerjaan	6
Gambar 1.5 Diagram Kuesioner pra-survey	7
Gambar 1.6 Diagram Kuesioner pra-survey berdasarkan Daia saing Harga	8
Gambar 4.1 Model PLS Algorithm	57
Gambar 4.5 Hasil PLS Bootstrapping (t-statistic)	63
Gambar 4.6 Hasil PLS Koefisien Jalur (Original Sampel)	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Plagiarisme	83
Lampiran 2 Uji Referensi.....	85
Lampiran 3 Kartu Konsultasi Bimbingan Tugas Akhir.....	89
Lampiran 4 Kuesioner.....	92
Lampiran 5 Data Tabulasi.....	97
Lampiran 6 Hasil Uji SmartPLS 4.0	99
Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup.....	102

