

# SKRIPSI

PENGARUH GAYA HIDUP, KEPERCAYAAN, *E-SERVICE QUALITY* DAN  
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI *GO-  
FOOD*  
(STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNTAG  
SURABAYA)



Oleh :

MUHAMMAD RIZQIE NUGROHO  
NBI : 1211800147

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2023

**SKRIPSI**

**PENGARUH GAYA HIDUP, KEPERCAYAAN, *E-SERVICE QUALITY* DAN  
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI *GO-  
FOOD*  
(STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNTAG  
SURABAYA)**



Oleh :

**Muhammad Rizqie Nugroho**

**NBI : 1211800147**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2023**

**S K R I P S I**

**PENGARUH GAYA HIDUP, KEPERCAYAAN, *E-SERVICE QUALITY* DAN  
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI *GO-  
FOOD*  
(STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNTAG  
SURABAYA)**



Oleh :

**Muhammad Rizqie Nugroho**

**NBI : 1211800147**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2023**

**PENGARUH GAYA HIDUP, KEPERCAYAAN, *E-SERVICE QUALITY* DAN  
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI *GO-  
FOOD*  
(STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNTAG  
SURABAYA)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan guna  
mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi  
Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Oleh :

**Muhammad Rizqie Nugroho**

**NBI : 1211800147**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2023**

**LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING**

Nama Lengkap : Muhammad Rizqie Nugroho

NBI : 1211800147

**LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING**

Nama Lengkap : Muhammad Rizqie Nugroho

NBI : 1211800147

Program Studi : Manajemen

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan, *E-Service Quality*

Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan, *E-Service Quality*

Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan, *E-Service Quality*

Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan, *E-Service Quality*

Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan, *E-Service Quality*

Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan, *E-Service Quality*

Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan, *E-Service Quality*

Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan, *E-Service Quality*

Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan, *E-Service Quality*

Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan, *E-Service Quality*

Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan, *E-Service Quality*

Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan, *E-Service Quality*

Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan, *E-Service Quality*

Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan, *E-Service Quality*

Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan, *E-Service Quality*

Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan, *E-Service Quality*

Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan, *E-Service Quality*

Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan, *E-Service Quality*

Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan, *E-Service Quality*

Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan, *E-Service Quality*

Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan, *E-Service Quality*

Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan, *E-Service Quality*

Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan, *E-Service Quality*

Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan, *E-Service Quality*

Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan, *E-Service Quality*

Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan, *E-Service Quality*

Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan, *E-Service Quality*

Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan, *E-Service Quality*

Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan, *E-Service Quality*

Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan, *E-Service Quality*

Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan, *E-Service Quality*

Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan, *E-Service Quality*

Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan, *E-Service Quality*

Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan, *E-Service Quality*

Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan, *E-Service Quality*

Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan, *E-Service Quality*

Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan, *E-Service Quality*

Surabaya, 23 Desember 2022

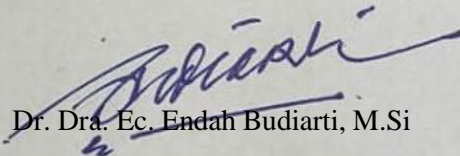
Mengetahui / Menyetujui

Pembimbing

Surabaya, 23 Desember 2022

Mengetahui / Menyetujui

Pembimbing



Dr. Dra. Ec. Endah Budiarti, M.Si

Dr. Dra. Ec. Endah Budiarti, M.Si

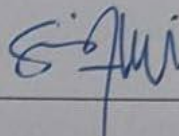
## LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal 9 Januari 2023

### TIM PENGUJI :

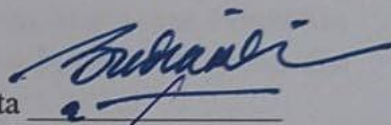
1. Dr. Sumiati, M.M.

- Ketua



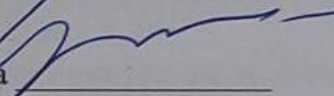
2. Dr. Dra. Ec. Endah Budiarti, M.Si

- Anggota



3. Drs. Kridha Hery Gunawan, M.S.

- Anggota



Mengesahkan

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Dekan ,



Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA.

NPP.20220.93.0319

## SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

1. Nama Lengkap : Muhammad Rizqie Nugroho (L)
2. NBI : 1211800147
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK (KTP) : 3578221408990002
6. Alamat Rumah (KTP) : Jl. Menanggal 05/52

Dengan ini menyatakan skripsi saya yang berjudul: **Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan, E-Service Quality dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Online Go-Food. (Studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNTAG Surabaya)**

Adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyadur dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Tesis, maupun Disertasi.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika di kemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang saya tulis adalah hasil Plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Untag Surabaya.

Surabaya, 23 Desember 2022

Yang Membuat,



Muhammad Rizqie Nugroho



UNIVERSITAS  
17 AGUSTUS 1945  
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN

Jl. Semolowaru 45 Surabaya

TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)

e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMISI**

---

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Rizqie Nugroho  
NBI/NPM : 1211800147  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya *Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, atas karya saya yang berjudul:

**“Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan, *E-Service Quality* dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi *Online Go-Food*. (Studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNTAG Surabaya)”**

Dengan *Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (*database*, merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada Tanggal : 23 Desember 2022



Muhammad Rizqie Nugroho



## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat serta hidayahnya sehingga saya diberikan kesempatan untuk melanjutkan pendidikan Program Sarjana Ekonomi dan menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kebanggaan. Saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing saya dalam menempuh Pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya saya tujukan kepada :

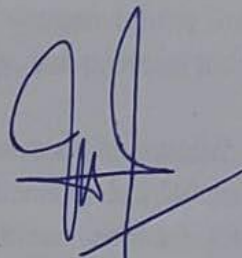
1. Dr. Dra. Ec. Endah Budiarti, M.Si. selaku pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan, dan tambahan ilmu serta wawasannya. Saya sangat berterima kasih atas waktu yang telah diberikan untuk membimbing, mengoreksi, serta memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
2. Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPA. selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA. selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan kepada saya selama menempuh proses perkuliahan pada pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Dra. Ec Ulfi Pristiana, M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen, Universitas 19 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberika kesempatan kepada saya untuk boleh melaksanakan penelitian. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
5. Bapak dan Ibu Penguji yang yang telah memberikan waktu untuk pengarahan dan menambah banyak wawasan keilmuan saya serta memberikan saran selama pelaksanaan penelitian
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat.
7. Seluruh Staff dan Karyawan Tata Usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah banyak mendukung dan membantu saya dari awal perkuliahan hingga ujian skripsi ini.
8. Kedua Orang Tua saya yang selalu mendoakan saya agar diperlancar dan

dipermudahkannya dalam mengerjakan skripsi ini .

9. Ayundha, Rizal, Izul, Udin, Fernando, Dimas, Wahyu yang sudah saling memberikan semangat dan do'a agar skripsi cepat selesai.

Semoga Allah SWT memberikan balasan pahala atas segala amal yang telah diberikan dan semoga skripsi ini berguna baik bagi diri kami sendiri maupun pihak lain yang memanfaatkan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi saya dan para pembaca. Terima kasih.

Surabaya, 23 Desember 2022



Muhammad Rizqie Nugroho

## ABSTRAK

Pada masa kini, perkembangan teknologi yang telah terjadi mengalami peningkatan yang pesat terutama perkembangan teknologi dalam bidang pemasaran. Dengan teknologi, pemasaran dapat dilakukan dengan cepat, praktis dan efisien. Pemasaran yang menggunakan teknologi terkini memungkinkan dapat menjangkau calon konsumen lebih luas dari pada pemasaran tanpa menggunakan teknologi. Pelaku bisnis maupun konsumen juga dapat menggunakan teknologi untuk menjual atau membeli kebutuhan yang diinginkan. Teknologi yang digunakan merupakan platform yang bisa berupa aplikasi, web, ataupun media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat sekarang. Adapun aplikasi buatan negeri yang sedang ramai digunakan adalah Aplikasi Go-Jek. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, kepercayaan, *e-service quality*, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada aplikasi *Go-Food*.

Metode penelitian ini menggunakan jenis metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang menggunakan aplikasi *Go-Food*. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan cara *random sampling* dengan sampel sebanyak 96 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kusioner. Metode analisis penelitian yang digunakan adalah uji validitas, uji realibilitas, asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, Uji t, Uji F dan Uji R<sup>2</sup>.

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, apabila dilihat dari Uji t variabel gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada aplikasi *Go-Food* karena nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 4,609 > t_{tabel} 1,986$ , kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada aplikasi *Go-Food* karena nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 4,393 > t_{tabel} 1,986$ , *e-service quality* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada aplikasi *Go-Food* karena nilai signifikansi  $0,009 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 2,684 > t_{tabel} 1,986$  dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada aplikasi *Go-Food* karena nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 7,696 > t_{tabel} 1,986$ . Sedangkan dilihat dari Uji F secara simultan variabel gaya hidup, kepercayaan, *e-service quality* dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada aplikasi *Go-Food* karena nilai F hitung  $70,324 > F_{tabel} 2,47$  dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ .

**Kata Kunci:** Gaya Hidup, Kepercayaan, *E-Service Quality*, Promosi, Keputusan Pembelian.

## **ABSTRACT**

*At present, technological developments that have occurred have experienced a rapid increase, especially technological developments in the field of marketing. With technology, marketing can be done quickly, practically and efficiently. Marketing that uses the latest technology makes it possible to reach a wider range of potential consumers than marketing without using technology. Business people and consumers can also use technology to sell or buy the desired needs. The technology used is a platform that can be in the form of an application, web, or social media that is widely used by today's society. The country-made application that is being widely used is the Go-Jek application. This research was conducted with the aim of knowing the effect of lifestyle, trust, e-service quality, and promotions on purchasing decisions on the Go-Food application.*

*This research method uses a type of quantitative method. The population in this study were active students of the Faculty of Economics and Business, University of August 17, 1945, Surabaya who used the Go-Food application. The sampling technique in this study was carried out by means of random sampling with a sample of 96 respondents. Data collection techniques using questionnaires. The research analysis method used is validity test, reliability test, classical assumption, multiple linear regression analysis, t test, F test and R2 test.*

*Based on the results of this study, when viewed from the t test lifestyle variables affect purchasing decisions on the Go-Food application because the significance value is  $0.000 < 0.05$  and the tcount value is  $4.609 > t_{table} 1.986$ , trust influences purchasing decisions on the Go-Food application because a significance value of  $0.000 < 0.05$  and a tcount of  $4.393 > a$  ttable of  $1.986$ , e-service quality influences purchasing decisions on the Go-Food application because a significance value of  $0.009 < 0.05$  and a tcount of  $2.684 > t_{table}$  of  $1.986$  and promotions have an effect on purchasing decisions on Go-Food application because the significance value is  $0.000 < 0.05$  and the tcount is  $7.696 > t_{table} 1.986$ . Meanwhile, it can be seen from the F test that lifestyle, trust, e-service quality and promotions simultaneously influence purchasing decisions on the Go-Food application because the calculated F value is  $70.324 > F_{table} 2.47$  with a significance level of  $0.000 < 0.05$ .*

**Keywords:** *Lifestyle, Trust, E-Service Quality, Promotion, Purchase Decision.*

## RINGKASAN

Pada masa kini, perkembangan teknologi yang telah terjadi mengalami peningkatan yang pesat terutama perkembangan teknologi dalam bidang pemasaran. Dengan teknologi, pemasaran dapat dilakukan dengan cepat, praktis dan efisien. Pemasaran yang menggunakan teknologi terkini memungkinkan dapat menjangkau calon konsumen lebih luas dari pada pemasaran tanpa menggunakan teknologi. Pelaku bisnis maupun konsumen juga dapat menggunakan teknologi untuk menjual atau membeli kebutuhan yang diinginkan. Teknologi yang digunakan merupakan platform yang bisa berupa aplikasi, web, ataupun media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat sekarang. Adapun aplikasi buatan negeri yang sedang ramai digunakan adalah Aplikasi Go-Jek.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh gaya hidup, kepercayaan, *e-service quality*, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada aplikasi *Go-Food*. Penelitian ini menggunakan jenis metode kuantitatif. Dalam penelitian ini dihasilkan di peroleh hasil sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa secara parsial gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada aplikasi *Go-Food* karena nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 4,609 > t_{tabel} 1,986$ , kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada aplikasi *Go-Food* karena nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 4,393 > t_{tabel} 1,986$ , *e-service quality* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada aplikasi *Go-Food* karena nilai signifikansi  $0,009 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 2,684 > t_{tabel} 1,986$  dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada aplikasi *Go-Food* karena nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 7,696 > t_{tabel} 1,986$ .
2. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa secara simultan variabel gaya hidup, kepercayaan, *e-service quality*, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada aplikasi *Go-Food* karena nilai  $F_{hitung} 70,324 > F_{tabel} 2,47$  dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ .

Diharapkan dari penelitian ini dapat memberikan masukan untuk aplikasi *Go-food* untuk terus meningkatkan fitur dan tampilan sehingga memudahkan konsumen dalam penggunaannya, mempertahankan reputasinya dengan cara memberikan pelayanan yang terbaik, sehingga minat beli konsumen akan terus meningkat, menjaga kerahasiaan data konsumen sehingga konsumen merasa aman dan melakukan kegiatan promosi dengan berbagai media sehingga minat beli konsumen meningkat.

## SUMMARY

*At present, technological developments that have occurred have experienced a rapid increase, especially technological developments in the field of marketing. With technology, marketing can be done quickly, practically, and efficiently. Marketing that uses the latest technology makes it possible to reach a wider range of potential consumers than marketing without using technology. Business people and consumers can also use technology to sell or buy the desired needs. The technology used is a platform that can be in the form of an application, web, or social media that is widely used by today's society. The country-made application that is being widely used is the Go-Jek application.*

*This study aims to determine and analyze the influence of lifestyle, trust, e-service quality, and promotions on purchasing decisions on the Go-Food application. This research uses a type of quantitative method. In this research, the following results were obtained:*

- 1. Based on the results of the study it was found that partially lifestyle has an effect on purchasing decisions on the Go-Food application because the significance value is  $0.000 < 0.05$  and the tcount value is  $4.609 > ttable 1.986$ , trust influences purchasing decisions on the Go-Food application because the significance value is  $0.000 < 0.05$  and t-count  $4.393 > t-table 1.986$ , e-service quality has an effect on purchasing decisions on the Go-Food application because a significance value is  $0.009 < 0.05$  and t-count is  $2.684 > t-table 1.986$  and promotions have an effect on purchasing decisions on the Go-Food application Food because the significance value is  $0.000 < 0.05$  and the tcount is  $7.696 > ttable 1.986$ .*
- 2. Based on the results of the study it was found that simultaneously the variables of lifestyle, trust, e-service quality, and promotions influence purchasing decisions on the Go-Food application because the calculated F value is  $70.324 > Ftable 2.47$  with a significance level of  $0.000 < 0.05$ .*

*It is hoped that this research can provide input for the Go-food application to continue to improve its features and appearance so that it makes it easier for consumers to use it, maintain its reputation by providing the best service, so that consumer buying interest will continue to increase, maintain the confidentiality of consumer data so that consumers feel safe and carry out promotional activities with various media so that consumer buying interest increases.*

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI .....	iv
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT .....	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	vi
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMISI .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK .....	ix
<i>ABSTRACT</i> .....	x
RINGKASAN .....	xi
SUMMARY .....	xii
DAFTAR ISI .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR TABEL .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xviii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
BAB II.....	7
KAJIAN PUSTAKA .....	7
2.1 Landasan Teori .....	7
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	7
2.1.2.1 Aplikasi.....	8
2.1.2.2 Gaya hidup.....	8
2.1.3 Kepercayaan .....	13

2.1.4	<i>E-Service Quality</i> .....	15
2.1.5	Promosi.....	16
2.1.6	Periklanan.....	18
2.1.7	Keputusan Pembelian.....	18
2.2	Penelitian Terdahulu.....	20
2.3	Hubungan Antar Variabel.....	22
2.4	Kerangka Konseptual.....	23
2.5	Hipotesis.....	24
BAB III.....		25
METODE PENELITIAN.....		25
3.1	Desain Penelitian.....	25
3.2	Tempat dan Waktu Penelitian.....	25
3.2.1	Tempat Penelitian.....	25
3.2.2	Waktu Penelitian.....	25
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	25
3.3.1	Jenis Data.....	25
3.3.2	Sumber Data.....	26
3.4	Populasi dan Sampel.....	26
3.4.1	Populasi.....	26
3.4.2	Sampel.....	26
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.6	Definisi Variabel dan Definisi Operasional.....	27
3.6.1	Definisi Variabel.....	27
3.6.2	Definisi Operasional.....	28
3.7	Proses Pengolahan Data.....	30
3.8	Metode Analisa Data.....	31
3.8.1	Uji Validitas.....	31
3.8.2	Uji Reliabilitas.....	31
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	31
3.8.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	32
3.9	Teknik Pengujian Hipotesis dan Analisa Data.....	33
3.9.1	Uji – t (Parsial).....	33
3.9.2	Uji – F (Simultan).....	33
3.9.3	Uji R <sup>2</sup> (Koefisien Determinasi).....	33
BAB IV.....		35
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		35



4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	35
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian.....	36
4.2.1	Deskripsi Responden.....	36
4.2.2	Deskripsi Tanggapan Responden .....	37
4.2.3	Deskripsi Variabel.....	37
4.3	Uji Instrumen .....	40
4.3.1	Uji Validitas .....	40
4.3.2	Uji Reliabilitas .....	41
4.4	Uji Analisis Data.....	41
4.4.1	Asumsi Klasik .....	41
4.5	Pengujian Hipotesis .....	46
4.5.1	Uji t (Parsial) .....	46
4.5.2	Uji F (Simultan) .....	48
4.5.3	Koefisien Determinasi.....	49
4.6	Pembahasan Hasil Temuan Penelitian .....	49
4.6.1	Gaya Hidup .....	49
4.6.2	Kepercayaan.....	50
4.6.3	<i>E-Service Quality</i> .....	51
4.6.4	Promosi .....	51
4.6.5	Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan, <i>E-Service Quality</i> Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	52
4.6.6	Koefisien Determinasi ( $r^2$ ).....	52
4.7	Implikasi Penelitian .....	52
4.8	Keterbatasan Penelitian.....	53
BAB V.....		55
PENUTUP.....		55
5.1	Simpulan .....	55
5.2	Saran .....	55
DAFTAR PUSTAKA.....		57

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.4	Kerangka Konseptual .....	23
Gambar 4.1	Grafik Pengujian Heteroskedastitas .....	44

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Skala Linkert.....	26
Tabel 4.1	Identitas Responden.....	36
Tabel 4.2	Distribusi Frekuensi dan Rata-rata Variabel Gaya Hidup (X1) .....	37
Tabel 4.3	Distribusi Frekuensi dan Rata-rata Variabel Kepercayaan (X2).....	38
Tabel 4.4	Distribusi Frekuensi dan Rata-rata Variabel <i>E-Service Quality</i> (X3) ..	38
Tabel 4.5	Distribusi Frekuensi dan Rata-rata Variabel Promosi (X4) .....	39
Tabel 4.6	Distribusi Frekuensi dan Rata-rata Variabel Keputusan Pembelian(Y)	39
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas .....	40
Tabel 4.8	Hasil Uji Reabilitas.....	41
Tabel 4.9	Uji Normalitas .....	42
Tabel 4.10	Nilai <i>Variance Inflation</i> dan <i>Nilai Tolerance</i> .....	42
Tabel 4.11	Perhitungan <i>Durbin Watson</i> .....	45
Tabel 4.12	Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda.....	45
Tabel 4.13	Uji T (Parsial) .....	47
Tabel 4.14	Uji F.....	48
Tabel 4.15	Hasil Koefisien Determinasi .....	49

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Kuisisioner .....	61
Lampiran 2 Jawaban Responden Variabel Gaya Hidup .....	64
Lampiran 3 Jawaban Responden Variabel Kepercayaan.....	67
Lampiran 4 Jawaban Responden Variabel <i>E-service Quality</i> .....	70
Lampiran 5 Jawaban Responden Variabel Promosi .....	73
Lampiran 6 Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	76
Lampiran 7 Hasil Mean.....	79
Lampiran 8 Hasil Uji Validitas.....	81
Lampiran 9 Hasil Uji Reabilitas .....	83
Lampiran 10 Hasil Uji Normalitas .....	84
Lampiran 11 Hasil Uji Multikolinieritas .....	85
Lampiran 12 Hasil Uji Heterokedasitas.....	86
Lampiran 13 Hasil Uji Autokorelasi .....	87
Lampiran 14 Hasil Uji Analisis Linier Berganda.....	88
Lampiran 15 Hasil Uji t.....	89
Lampiran 16 Hasil Uji F.....	90
Lampiran 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	91
Lampiran 18 Kartu Bimbingan Skripsi .....	92
Lampiran 19 Hasil Turnitin .....	93