

ABSTRAK

Muhammad Stiyyafah Rudi, 1720310153, Pengaruh Kualitas Website, Rating Menu Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Makanan ShopeeFood Pada Mahasiswa UMK KUDUS.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kualitas website, rating menu dan service quality terhadap keputusan pembelian makanan shopeefood. populasi pada penelitian ini adalah pada mahasiswa UMK Kudus Angkatan 2021 yang pernah melakukan pembelian di ShopeeFood. Sampel ditentukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 97 responden. Analisis data menggunakan analisis statistik meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik dan uji statistik.

Hasil menunjukkan bahwa : (1) variabel Kualiat Website berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian makanan shopeefood yang menunjukan hasil nilai t hitung sebesar 4,903 dengan nilai t tabel 1,985 dan nilai signifikan sebesar 0,001 yang dibawah dari 0,05. (2) variabel Rating Menu berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian makanan shopeefood, yang menunjukan nilai t hitung sebesar 6,379 dengan nilai t tabel 1,985 dan nilai signifikan sebesar 0,001 yang dibawah dari 0,05 (tingkat signifikan). (3) variabel Service Quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian makanan shopeefood dengan Hasil pengujian statistik menunjukan nilai t hitung sebesar 7,210 dengan nilai t tabel 1,985 dan nilai signifikan sebesar 0,001 yang dibawah dari 0,05. (4) terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen (Kualitas Website, Rating Menu dan Service Quality) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) , Dengan nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel ($26,643 > 2.70$).

Kata Kunci : Kualitas website, Rating Menu, Service Quality dan Keputusan Pembelian.