

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

##### 1. Gambaran Obyek Penelitian

###### a. *Go-Food*

###### 1) Pengertian GoFood

GoFood merupakan sebuah layanan aplikasi yang terdapat didalam aplikasi Gojek. layanan pesan antar makanan berasal Indonesia yang melakukan kerja sama dengan 125.000 lebih restoran diberbagai kota di Indonesia yang sudah dengan resmi menjadi *merchant* GoFood. Layanan ini dipakai oleh para konsumen dalam mencari maupun melakukan pemesanan makanan.<sup>1</sup> Makanan yang dipesan oleh konsumen akan dengan langsung masuk ke aplikasi GoFood, yang mana driver mempunyai tugas untuk mengirim makanan kepada pelanggan.<sup>2</sup>

###### 2) Mekanisme Transaksi GoFood

Proses layanan pesan antar makanan GoFood bisa dilakukan dari aplikasi Gojek. Berikut mekanisme pemesanan makanan melalui aplikasi GoFood :<sup>3</sup>

- a) Buka GoFood di aplikasi Gojek
- b) Pilih makanan dari beragam rekomendasi yang tersedia
- c) Cari restoran/menu yang diinginkan dari fitur *Search*
- d) Pilih menunya dan masukkan alamat pengantaran
- e) Driver Gojek siap mengantar pesanan

---

<sup>1</sup>Pusat Bantuan Partner FAQ. <https://www.gojek.com/gofood/partner-center/faq/gofood/about-gofood>.

<sup>2</sup>Pusat Bantuan Partner FAQ. <https://www.gojek.com/gofood/partner-center/faq/gofood/about-gofood>.

<sup>3</sup>Tutorial Mesen GoFood. <https://www.gojek.com/gofood/>

## 2. Gambaran Umum Responden

### a. Jenis Kelamin

Keterangan jenis kelamin pada responden penelitian yang merupakan pemakai aplikasi layanan pesan antar makanan GoFood:

**Tabel 4. 1**

#### Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	28	28%
Perempuan	72	72%
Total	100	100%

Sumber : Data Primer yang Diolah Peneliti, 2022

Berdasar pada table data tersebut, bisa dimengerti bahwa jenis kelamin pada responden penelitian dalam pengisian kuesioner ini terdiri dari 28 orang responden laki-laki maupun 72 orang responden perempuan. Adanya data diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa perempuan merupakan sebagian besar dari responden penelitian.

### b. Usia

Keterangan sebaran usia responden pengguna aplikasi layanan pesan antar makanan GoFood, yang merupakan bagian dari Gen Z:

**Tabel 4. 2**

#### Usia Responden

Usia	Frekuensi	Persentase
19 Tahun	14	14%
21 Tahun	7	7%
22 Tahun	29	29%
23 Tahun	31	31%
24 Tahun	5	5%
25 Tahun	14	14%
Total	100	100%

Sumber : Data Primer yang Diolah Peneliti, 2022

Berdasar dengan tabel diatas bisa dimengerti bahwa usia responden pada penelitian ini 19 tahun, 21 tahun, 22 tahun, 23 tahun, 24 tahun maupun 25 tahun, dengan masing-masing berjumlah 14 orang, 7 orang, 29 orang, 31 orang, 5 orang, dan 14 orang.

### c. Frekuensi Menggunakan GoFood

Data frekuensi penggunaan GoFood oleh responden yang menggunakan GoFood:

**Tabel 4. 3**  
**Frekuensi Menggunakan GoFood oleh Responden**

Program Studi	Frekuensi	Persentase
1-3 kali	38	38%
3-5 kali	9	9%
Lebih dari 5 kali	53	53%
Total	100	100%

Sumber : Data Primer yang Diolah Peneliti, 2022

Dari data diatas bisa diketahui mengenai responden yang memakai GoFood melebihi 5 kali lebih banyak dengan presentase 53% daripada responden yang memakai GoFood kurang dari 5 kali. Hanya 9% responden yang mengaku menggunakan GoFood 3-5 kali, sedangkan 38% responden yang menggunakan GoFood 1-3 kali.

**3. Deskripsi Data Responden**

**a. Variabel Harga**

**Tabel 4. 4**  
**Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Harga**

No	Pertanyaan	ST	T	R	S	S	Mean	TC	Kategori
1.	Harga yang tertera pada GoFood telah sesuai dengan fasilitas yang dijanjikan.	0	4	10	7	9	0,78 2	78,2	Baik
2.	Harga pada Gofood sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan.	1	5	16	6	1	0,76 2	76,2	Baik
3.	Harga	2	3	17	6	1	0,76	76,4	Baik

<b>No</b>	<b>Pertanyaan</b>	<b>STS</b>	<b>TSS</b>	<b>RR</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>	<b>Mean</b>	<b>TCR</b>	<b>Kategori</b>
	pada GoFood lebih efektif daripada layanan pesan antar makanan lainnya.				7	1	4		
4.	Harga produk makanan pada Go Food sesuai dengan manfaat yang saya dapatkan.	2	15	26	49	8	0,692	69,2	Baik

Sumber : Data Primer yang Diolah Peneliti, 2022

Berdasar pada tabel yang berisikan deskripsi jawaban responden tentang variabel harga diatas, bisa diuraikan sebagai berikut :

- 1) Pernyataan harga yang tertera pada GoFood telah sesuai dengan fasilitas yang dijanjikan, memperoleh jawaban dari responden secara 0 responden menjawab agar begitu tidak setuju, 4 responden menjawab untuk tidak setuju, 10 responden menjawab ragu-ragu, 77 responden memberikan jawaban setuju maupun 9 resnponden menjawab sangat setuju.
- 2) Pernyataan harga pada Gofood Sesuai dengan hasil yang ditawarkan, memperoleh jawaban dari responden dengan jawaban sangat tidak setuju 1 orang, tidak setuju 5 orang, ragu-ragu 16 orang, 68 orang setuju dan sangat setuju 10 orang.
- 3) Pernyataan harga pada GoFood lebih efektif daripada layanan pesan antar makanan lainnya, meperoleh jawaban responden dengan jawaban sangat tidak setuju 2

orang, tidak setuju 3 orang, ragu-ragu 17 orang, setuju 67 orang dan sangat setuju 11 orang.

- 4) Pernyataan harga produk makanan pada Go Food sesuai dengan manfaat yang sudah diperoleh, mendapat jawaban dari responden sangat tidak setuju sebanyak 2 orang, tidak setuju sebanyak 15 orang, ragu-ragu sebanyak 26 orang, setuju sebanyak 49 orang maupun sangat setuju sebanyak 8 orang.

#### b. Variabel Kualitas Informasi

Tabel 4. 5

#### Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Kualitas Informasi

N o	Pertanya an	ST S	T S	R R	S S	S S	Mea n	TC R	Katego ri
1.	GoFood memberikan informasi sesuai keadaan sebenarnya.	0	4	9	76	11	0,788	78,8	Baik
2.	GoFood memberikan informasi produk secara <i>up-to-date</i> (terbaru).	3	5	18	58	16	0,758	75,8	Baik
3.	GoFood memberikan informasi yang saya butuhkan.	0	3	12	69	16	0,796	79,6	Baik
4.	GoFood memberikan informasi produk secara lengkap.	3	10	17	58	12	0,732	73,2	Baik

Sumber : Data Primer yang Diolah Peneliti, 2022

Berdasar pada tabel deskripsi jawaban responden variabel kualitas informasi diatas, diuraikan yaitu :

- 1) Pernyataan GoFood memberikan informasi sesuai keadaan sebenarnya, memperoleh jawaban dari responden Oresponden menjawab agar sangat tidak setuju, 4 responden menjawab untu tidak setuju, 9 responden menjawab ragu-ragu, 76 responden menjawab setuju maupun 11 resnponden menjawab sangat setuju.
- 2) Pernyataan GoFood memberikan informasi produk secara *up-to-date* (terbaru), memperoleh jawaban dari responden dengan 3 responden menjawab untuk sangat tidak setuju, 5 responden menjawab untu tidak setuju, 18 responden menjawab ragu-ragu, 58 responden menjawab setuju dan 16 resnponden menjawab sangat setuju.
- 3) Pernyataan GoFood memberikan informasi yang saya butuhkan, memperoleh jawaban dari responden dengan 0 responden menjawab agar sangat tidak setuju, 3 responden menjawab untuk tidak setuju, 12 responden menjawab ragu-ragu, 69responden menjawab setuju dan 16 resnponden menjawab sangat setuju.
- 4) Pernyataan GoFood memberikan informasi produk secara lengkap, memperoleh jawaban dari responden dengan 3 orang responden memberikan jawaban sangat tidak setuju, 10 orang responden memberikan jawaban tidak setuju, 17 orang responden memberikan jawaban ragu-ragu, 58 orang responden memberikan jawaban setuju maupun 12 orang responden memberikan jawaban sangat setuju.

### c. Variabel Diskon

**Tabel 4. 6**

**Deskripsi Jawabn Responden pada Variabel Diskon**

No	Pertanyaan	ST S	T S	R R	S S	S S	Mea n	TC R	Katego ri
1.	GoFood memberikan diskon yang lebih besar atas sebuah produk.	1	1 1	20	5 5	1 3	0,73 6	73,6	Baik
2.	GoFood memberik	2	1 3	30	4 3	1 2	0,7	70	Baik

No	Pertanyaan	ST S	T S	R R	S S	S S	Mea n	TC R	Katego ri
	an waktu pemberian diskon yang lebih panjang.								
3.	GoFood memberikan diskon pada produk yang beragam.	1	8	19	5 8	1 4	0,75 2	75,2	Baik

Sumber : Data Primer yang Diolah Peneliti, 2022

Menurut tabel deskripsi jawaban responden variabel persepsi kepercayaan tersebut, bisa diuraikan meliputi :

- 1) Pernyataan GoFood memberikan diskon yang lebih besar atas sebuah produk, memperoleh jawaban dari responden dengan 1 responden menjawab untuk sangat tidak setuju, 11 responden menjawab untu tidak setuju, 20 responden menjawab ragu-ragu, 55 responden memberikan jawaban setuju serta 13 orang responden memberikan jawaban sangat setuju.
- 2) Pernyataan GoFood memberikan waktu pemberian diskon yang lebih panjang, memeproleh jawaban dari responden sebanyak 2 orang dengan sangat tidak setuju, 13 orang responden dengan tidak setuju, 30 orang responden dengan ragu-ragu, 43 orang dengan setuju dan 12 oran responden dengan sangat setuju.
- 3) Pernyataan GoFood memberikan diskon pada produk yang beragam, memperoleh jawaban dari responden dengan jumlah 1 orang responden sangat tidak setuju, 8 orang responden tidak setuju, 19 orang responden ragu-ragu, 58 orang responden setuju dan 14 orang responden sangat setuju.

**d. Variabel Keputusan Pembelian**

**Tabel 4. 7**

**Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Keputusan Pembelian**

No	Pertanyaa n	ST S	T S	R R	S S	S S	Mea n	TC R	Kategor i
----	----------------	---------	--------	--------	--------	--------	----------	---------	--------------

No	Pertanyaan	ST S	T S	R R	S S	S S	Mea n	TC R	Kategor i
1.	GoFood sesuai dengan kebutuhan yang saya butuhkan.	0	2	6	7 3	19	0,818	81,8	Baik
2.	GoFood memiliki manfaat bagi saya.	0	1	6	6 8	25	0,83 4	83,4	Baik
3.	GoFood memiliki kualitas seperti yang saya inginkan.	1	1	14	7 5	9	0,78	78	Baik
4.	Saya tertarik pada layanan GoFood.	2	3	10	6 6	19	0,79 4	79,4	Baik
5.	Saya telah terbiasa menggunakan GoFood.	3	11	17	5 0	19	0,74 2	74,2	Baik
6.	Harga produk pada GoFood sesuai dengan manfaat yang saya dapatkan.	1	4	16	6 9	10	0,76 6	76,6	Baik
7.	Layanan GoFood mudah dijangkau.	1	2	12	6 2	23	0,80 8	80,8	Baik
8.	GoFood	1	2	10	6	20	0,80	80,6	Baik



No	Pertanyaan	ST S	T S	R R	S	S S	Mea n	TC R	Kategor i
	memiliki pelayanan yang baik.				7		6		
9.	GoFood selalu menyediakan produk yang saya butuhkan.	2	12	20	5 2	14	0,72 8	72,8	Baik
10.	Saya dapat menentukan jumlah pembelian produk pada GoFood.	1	3	5	7 1	20	0,81 2	81,2	Baik
11.	Saya membeli produk pada GoFood untuk persediaan yang akan datang.	0	18	25	4 8	9	0,69 6	69,6	Baik
12.	Saya melakukan pembelian pada GoFood karena saya membutuhkan hal tersebut.	1	1	6	7 0	22	0,82 2	82,2	Baik
13.	Saya merasakan manfaat dalam mengguna	2	1	6	7 4	17	0,80 6	80,6	Baik

No	Pertanyaan	ST S	T S	R R	S	S S	Mea n	TC R	Kategor i
	kan GoFood untuk memenuhi kebutuhan saya.								
14.	Produk yang saya beli pada GoFood mampu memenuhi kebutuhan saya.	0	5	9	6 8	18	0,79 8	79,8	Baik
15.	Pembayaran pada GoFood dapat dilakukan dengan berbagai metode pembayaran (kartu debit, kartu kredit, e-wallet,dsb)	0	5	9	6 8	18	0,79 8	79,8	Baik

Sumber : Data Primer yang Diolah Peneliti, 2022

Menurut tabel yang berisikan deskripsi dari jawaban responden tentang variabel keputusan pembelian tersebut, bisa diuraikan sebagai berikut :

- 1) Pernyataan GoFood sesuai dengan kebutuhan yang saya butuhkan, mendapatkan jawaban dari responden sangat tidak setuju, tidak setuju, ragu-ragu, setuju,sangat setuju mendapat jawaban sebanyak 0 orang , 2 orang, 6 orang , 73 orang, 19 orang.

- 2) Pernyataan GoFood memiliki manfaat bagi saya, memperoleh jawaban dari responden sangat tidak setuju, tidak setuju, ragu-ragu, setuju, sangat setuju mendapat jawaban sebanyak 0 orang , 1 orang, 6 orang , 68 orang, 25 orang.
- 3) Pernyataan GoFood memiliki kualitas seperti yang saya inginkan, memperoleh jawaban dari responden sangat tidak setuju, tidak setuju, ragu-ragu, setuju, sangat setuju mendapat jawaban sebanyak 1 orang , 1 orang, 14 orang , 75 orang, 9 orang..
- 4) Pernyataan saya tertarik pada layanan GoFood, memperoleh jawaban dari responden sangat tidak setuju, tidak setuju, ragu-ragu, setuju, sangat setuju mendapat jawaban sebanyak 2 orang , 3 orang, 10 orang , 66 orang, 19 orang.
- 5) Pernyataan saya telah terbiasa memakai GoFood, mendapat jawaban responden sangat tidak setuju, tidak setuju, ragu-ragu, setuju, sangat setuju mendapat jawaban sebanyak 3 orang , 11 orang, 17 orang , 50 orang, 19 orang.
- 6) Pernyataan harga produk pada GoFood sesuai dengan manfaat yang saya dapatkan, memperoleh jawaban dari responden sangat tidak setuju, tidak setuju, ragu-ragu, setuju, sangat setuju mendapat jawaban sebanyak 1 orang , 4 orang, 16 orang , 69 orang, 10 orang.
- 7) Pernyataan layanan GoFood mudah dijangkau, mendapatkan jawaban dari responden sangat tidak setuju, tidak setuju, ragu-ragu, setuju, sangat setuju mendapat jawaban sebanyak 1 orang , 2 orang, 12 orang , 62 orang, 23 orang.
- 8) Pernyataan GoFood memiliki pelayanan yang baik, memperoleh jawaban dari responden sangat tidak setuju, tidak setuju, ragu-ragu, setuju, sangat setuju mendapat jawaban sebanyak 1 orang , 2 orang, 10 orang , 67 orang, 20 orang..
- 9) Pernyataan GoFood selalu menyediakan produk yang saya butuhkan, memperoleh jawaban dari responden sangat tidak setuju, tidak setuju, ragu-ragu, setuju, sangat setuju mendapat jawaban sebanyak 2 orang , 11 orang, 20 orang , 52 orang, 14 orang.
- 10) Pernyataan saya dapat menentukan jumlah pembelian produk pada GoFood, memperoleh jawaban dari

responden sangat tidak setuju, tidak setuju, ragu-ragu, setuju, sangat setuju mendapat jawaban sebanyak 1 orang , 3 orang, 5 orang , 71 orang, 20 orang.

- 11) Pernyataan saya membeli produk pada GoFood untuk persediaan yang akan datang, memperoleh jawaban dari responden sangat tidak setuju, tidak setuju, ragu-ragu, setuju, sangat setuju mendapat jawaban sebanyak 0 orang , 18 orang, 25 orang , 48 orang, 9 orang.
- 12) Pernyataan saya melakukan pembelian pada GoFood karena saya membutuhkan hal tersebut, memperoleh jawaban sangat tidak setuju, tidak setuju, ragu-ragu, setuju, sangat setuju mendapat jawaban sebanyak 1 orang , 1 orang, 6 orang , 70 orang, 22 orang.
- 13) Pernyataan saya merasakan manfaat dalam menggunakan GoFood untuk memenuhi kebutuhan saya, memperoleh jawaban dari responden sangat tidak setuju, tidak setuju, ragu-ragu, setuju, sangat setuju mendapat jawaban sebanyak 2 orang , 1 orang, 6 orang , 74 orang, 17 orang.
- 14) Pernyataan produk yang saya beli pada GoFood mampu memenuhi kebutuhan saya, mendapatkan jawaban dari responden sangat tidak setuju, tidak setuju, ragu-ragu, setuju, sangat setuju mendapat jawaban sebanyak 0 orang , 5 orang, 9 orang , 68 orang, 25 orang.
- 15) Pernyataan pembayaran pada GoFood dapat dilakukan dengan berbagai metode pembayaran (kartu debit, kartu kredit, e-wallet, dsb), diperoleh jawaban responden sangat tidak setuju, tidak setuju, ragu-ragu, setuju, sangat setuju mendapat jawaban sebanyak 0 orang , 5 orang, 9 orang , 68 orang, 25 orang.

#### 4. Analisis Data

##### a. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

##### 1) Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

Uji validitas digunakan guna menguji berapa besar butir-butir atau item pada kuesioner mewakili dari konsep yang dilakukan pengukuran.<sup>4</sup> Pengujian validitas instrumen peneliti dapat dilakukan dengan bantuan

---

<sup>4</sup> Jogiyanto Harrtono, *Metode Pengumpulan dan Teknik Analisis Data*, (Yogyakarta: ANDI, 2018) 7.  
[https://books.google.co.id/books?id=ATgEEAAAOBAJ&printsec=frontcover&dq=pengumpulan+data+kuantitatif+yaitu&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=0&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q=pengumpulan%20data%20kuantitatif%20yaitu&f=true](https://books.google.co.id/books?id=ATgEEAAAOBAJ&printsec=frontcover&dq=pengumpulan+data+kuantitatif+yaitu&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=pengumpulan%20data%20kuantitatif%20yaitu&f=true)

program SPSS. Metode atau cara pengujian yang mayoritas atau sering digunakan untuk menguji validitas suatu instrument dengan menggunakan Produk Momen Pearson (*Bivariate Peaeson*). Instrument penelitian akan dinyatakan valid ketika bernilai  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ , dan memiliki nilai signifikansi 0,05 secara uji dua sisi.<sup>5</sup>

Jumlah nilai  $r_{tabel}$  dapat ditentukan atau dicari dengan rumus *degree of freedom* (df)= n-2. Untuk nilai (n) pada rumus merupakan total responden, yang terdapat penelitian ini sejumlah 100. Sehingga pada rumus ini  $df=100-2 =98$ . Pada tabel r dengan  $df=98$  maupun alpha 0,05 diperoleh  $r_{tabel}$  sebesar 0,1966. Sehingga item-item pada instrumen dikatakan valid apabila nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari 0,1966.

a) Variabel Harga (X1)

**Tabel 4. 8**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Harga**

Item Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
X1.Q1	0,689	0,1966	Valid
X1.Q2	0,724	0,1966	Valid
X1.Q3	0,826	0,1966	Valid
X1.Q4	0,687	0,1966	Valid

Sumber: Data Output SPSS yang Diolah oleh Peneliti, 2022

Variabel harga memiliki 4 item pertanyaan, berdasar keterangan hasil uji validitasnya pada tabel yaitu *valid*, karena hasil  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

b) Variabel Kualitas Informasi (X2)

**Tabel 4. 9**  
**Uji Validitas Responden Variabel (X2)**

Item Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
X2.Q1	0,480	0,1966	Valid
X2.Q2	0,809	0,1966	Valid
X2.Q3	0,756	0,1966	Valid
X2.Q4	0,760	0,1966	Valid

<sup>5</sup> Andrew Fernando Pakpahan, Dkk, *Metodologi Penelitian Ilmiah*, Cetakan Pertama, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), 118 <https://books.google.co.id/books?id=okoyEAAAQBAJ&pg=PA121&dq=false>

Sumber: Data Output SPSS yang Diolah oleh Peneliti, 2022

Variabel kualitas informasi meliputi 4 item pertanyaan, berdasar pada tabel hasil uji validitasnya yaitu *valid*, dikarenakan hasil  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan memiliki nilai positif.

- c) Variabel Diskon (X3)

**Tabel 4. 10**  
**Uji Validitas Variabel X3**

Item pertanyaan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
X3.Q1	0,739	0,1966	Valid
X3.Q2	0,820	0,1966	Valid
X3.Q3	0,763	0,1966	Valid

Sumber: Data Output SPSS yang Diolah oleh Peneliti, 2022

Variabel diskon memiliki 3 item pertanyaan, yang mana hasil uji validitasnya berdasar tabel diatas yaitu *valid*, karena hasil  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maupun memiliki nilai positif.

- d) Variabel Keputusan Pembelian (Y)

**Tabel 4. 11**  
**Uji Validitas Variabel Y**

Item pertanyaan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
Y.Q1	0,662	0,1966	Valid
Y.Q2	0,692	0,1966	Valid
Y.Q3	0,532	0,1966	Valid
Y.Q4	0,738	0,1966	Valid
Y.Q5	0,632	0,1966	Valid
Y.Q6	0,648	0,1966	Valid
Y.Q7	0,585	0,1966	Valid
Y.Q8	0,754	0,1966	Valid
Y.Q9	0,547	0,1966	Valid
Y.Q10	0,666	0,1966	Valid
Y.Q11	0,511	0,1966	Valid
Y.Q12	0,709	0,1966	Valid
Y.Q13	0,844	0,1966	Valid
Y.Q14	0,736	0,1966	Valid
Y.Q15	0,709	0,1966	Valid

Sumber: Data Output SPSS yang Diolah oleh Peneliti, 2022

Variabel keputusan pembelian terdiri atas 15 butir pertanyaan, yang memiliki hasil uji validitas *valid*, karena hasil  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan memiliki nilai positif.

1) Uji Reliabilitas

Dikatakan oleh Azwar dilakukan uji reliabilitas untuk ketetapan penelitian yang didapatkan dari pencatatan berulang, baik satu subjek ataupun sejumlah subjek.<sup>6</sup> *Alpha Crohbach* dijadikan sebagai acuan untuk melihat hasil uji reliabilitas pada instrument. Suatu variabel penelitian diungkapkan raliabel apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,6.<sup>7</sup>

Tabel 4. 12  
Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Reliability Coefitiens	Cronbach Alpha	Keterangan
Harga	4item	0,695	Reliabel
Kualitas Informasi	4item	0,664	Reliabel
Diskon	3item	0,666	Reliabel
Keputusan Pembelian	15 item	0,902	Reliabel

Sumber: Data Output SPSS yang Diolah oleh Peneliti, 2022

Melihat data dalam tabel tersebut, dimengerti bahwa setiap variabel pada penelitian ini mempunyai nilai uji reliabilitas ecara *Cronbach's Alpha* > 0,60 yang artinya seluruh variabel penelitian bias disebut **reliabel**.

<sup>6</sup> Sandu Siyoto dan Ali Sodiik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing 2015 ), 91. [https://books.google.co.id/books?id=QPhFDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=pengumpulan+data+kuantitatif+yaitu&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=0&sa=X&ved=2ahUKEwirzIjTirTyAhXKfn0KHd3ADBCQ6AEwBHoECAkQAg#v=onepage&q=pengumpulan%20data%20kuantitatif%20yaitu&f=true](https://books.google.co.id/books?id=QPhFDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=pengumpulan+data+kuantitatif+yaitu&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&sa=X&ved=2ahUKEwirzIjTirTyAhXKfn0KHd3ADBCQ6AEwBHoECAkQAg#v=onepage&q=pengumpulan%20data%20kuantitatif%20yaitu&f=true)

<sup>7</sup> Syarif Hidayatulah,dkk. *Enterpreuneurial Marketing*, (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019) 43. [https://books.google.co.id/books?id=wKSxDwAAQBAJ&pg=PA43&dq=nilai+reliabilitas+alpha+cronbach&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=0&sa=X&ved=2ahUKEwjml06ArbTyAhUDVH0KHd7XBYMQ6AEwAXoECAQQAg#v=onepage&q=nilai%20reliabilitas%20alpha%20cronbach&f=true](https://books.google.co.id/books?id=wKSxDwAAQBAJ&pg=PA43&dq=nilai+reliabilitas+alpha+cronbach&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&sa=X&ved=2ahUKEwjml06ArbTyAhUDVH0KHd7XBYMQ6AEwAXoECAQQAg#v=onepage&q=nilai%20reliabilitas%20alpha%20cronbach&f=true)

## b. Hasil Uji Asumsi Klasik

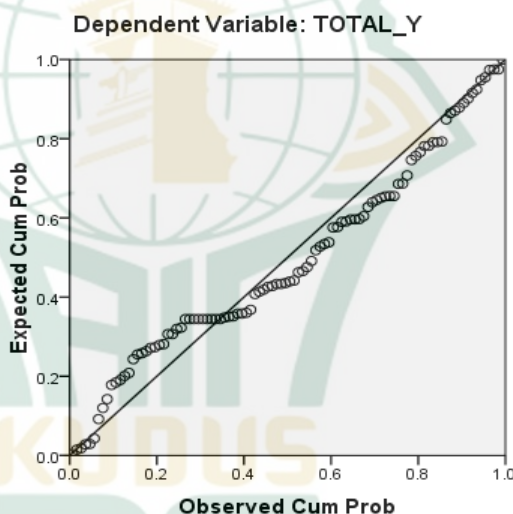
### 1) Uji Normalitas

Pada model regresi diadakan uji normalitas residual guna mengetahui nilai residual yang didapatkan apakah berdistribusi dengan normal atau tidak. Metode grafik dapat dipakai untuk melihat uji normalitas. Metode ini dijalankan memperhatikan grafik normal p-p *Plot of Regression Standardized Residual* apakah tersebar sesuai dengan arah sumbu diagonal.<sup>8</sup>

**Gambar 4. 1**

### Hasil Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Data Output SPSS yang Diolah oleh Peneliti, 2022

Hasil uji normalitas pada grafik tersebut, dapat diketahui bahwa data menyebarkan sekitar sumbu diagonal maupun searah dengan garis diagonal. Sehingga, bisa diungkapkan melalui gambar, bahwa model regresi

<sup>8</sup> Ce Gunawan, *Mahir Menguasai Spss Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian New Edition Buku Untu Orang Yang (Merasa) Tidak Bisa dan Tidak Suka Statistika*, (Yogyakarta: Budi Utama, 2020), 109-114. [https://books.google.co.id/books?idbabXDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=&false](https://books.google.co.id/books?idbabXDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=&=false)



terdistribusi secara normal serta asumsi normalitas terpenuhi.

## 2) Uji Multikolinearitas

Pada model regresi perlu dilakukan uji multikolinearitas untuk mencari tahu apakah ditemukan adanya korelasi atau keterkaitan antara variabel independen pada model regresi. Sebuah model regresi yang baik yaitu tidak ditemukan hubungan antara variabel dalam model. Dengan mengacu pada nilai *tolerance* dan *inflation factor* (VIF), dapat diketahui apakah model regresi terdapat multikolinearitas atau tidak. Standar nilai untuk model regresi yang baik yaitu nilai pada *tolerance* lebih besar dari 0,1. Serta nilai pada VIF lebih kecil dari 10.<sup>9</sup>

**Tabel 4. 13**  
**Uji Multikolinearitas**

Model	Collinearity Statistics	
	Toleransi	VIF
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,388	2,578
Persepsi kemanfaatan	0,477	2,095
Kepercayaan	0,534	1,872

Sumber: Data Output SPSS yang Diolah oleh Peneliti, 2022

Merujuk pada tabel yang tertera tersebut, bisa diketahui jika nilai pada *tolerance* lebih dari 0,1 kemudian nilai pada VIF kurang dari 10. Sehingga, bisa dikatakan mengenai model regresi, tidak terjadi multikolinearitas.

## 3) Uji Heteroskedastisitas

Sebuah model regresi yang dinyatakan baik yaitu sebuah model regresi yang homokedastisitas. Dengan kata lain pada model regresi tidak terjadi

<sup>9</sup> Ce Gunawan, *Mahir Menguasai Spss Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian New Edition Buku Untu Orang Yang (Merasa) Tidak Bisa dan Tidak Suka Statistika*, (Yogyakarta: Budi Utama, 2020), 119-123. <https://books.google.co.id/books?id=babXDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=false>

heterokedastisitas.<sup>10</sup> Untuk menguji heterokedastisitas sebuah model regresi, bisa digunakan metode uji gleser secara ketentuan memiliki :<sup>11</sup>

- a) Model regresi dengan nilai koefisien parameter mempunyai nilai sig. $>0,05$  hingga pada model tersebut tidak tercantum heterokedastisitas. .
- b) Model regresi dengan nilai koefisien parameter mempunyai nilai sig. $<0,05$  hingga pada model tersebut tercantum heterokedastisitas.

**Tabel 4. 14**  
**Hasil Uji Heteroskedastiditas Metode Glejser**

Model	Sig.
Harga	0,727
Kualitas Informasi	0,572
Diskon	0,509

Sumber: Data Output SPSS yang Diolah oleh Peneliti, 2022

Melihat hasil pada tabel uji heterokedastisitas tersebut, bisa diketahui mengenai nilai koefisien sig. pada tiap variabel bebas memiliki hasil nilai sig. lebih dari 0,05. Nilai sig. pada variable harga  $0,727 > 0,05$ . Nilai sig. pada variable kualitas informasi sig.  $0,572 > 0,05$ . Nilai sig. pada variable diskon sig.  $0,509 > 0,05$ . Dapat ditarik kesimpulan mengenai model regresi, tak terjadi heteroskedastisitas atau bisa dikatakan model regresi adalah homokedastisitas.

<sup>10</sup> Ce Gunawan, *Mahir Menguasai Spss Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian New Edition Buku Untu Orang Yang (Merasa) Tidak Bisa dan Tidak Suka Statistika*, (Yogyakarta: Budi Utama, 2020), 128. <https://books.google.co.id/books?id=babXDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=false>

<sup>11</sup> Slamet Riyanto dan Aglis Anindhita Hatmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*, (Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2020), 209. [https://books.google.co.id/books?id=W2vXDwAAQBAJ&pg=PA209&dq=uji+heteroskedastisitas+metode+glejser&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=0&sa=X&ved=2ahUKEwiq-Mmpy-yyAhXTbSsKHO3QBWYQ6AF6BAgEEAI#v=onepage&q=uji%20heteroskedastisitas%20metode%20glejser&f=true](https://books.google.co.id/books?id=W2vXDwAAQBAJ&pg=PA209&dq=uji+heteroskedastisitas+metode+glejser&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&sa=X&ved=2ahUKEwiq-Mmpy-yyAhXTbSsKHO3QBWYQ6AF6BAgEEAI#v=onepage&q=uji%20heteroskedastisitas%20metode%20glejser&f=true)

### c. Hasil Uji Hipotesis

#### 1) Analisis Regresi Linear Berganda

Metode guna mengerti adanya pengaruh ataupun hubungan antar dua atau lebih variabel bebas dengan satu variable terikat secara linear, dapat digunakan analisis regresi linear berganda.<sup>12</sup>

**Tabel 4. 15**  
**Hasil Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
Konstanta	19,129	3,498	
Harga	0,759	0,340	0,232
Kualitas Informasi	1,059	0,304	0,326
Diskon	1,133	0,306	0,327

Sumber: Data Output SPSS yang Diolah oleh Peneliti, 2022

Berlandaskan pada hasil analisis regresi linear berganda yang tertera pada tabel tersebut, maka didapatkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

$$Y = 19,129 + 0,759X_1 + 1,059X_2 + 1,133X_3$$

Keterangan :

Y = Variabel Dependen pada model regresi yaitu Keputusan Pembelian

$\beta$  = Koefisien regresi yaitu nilai perubahan pada variable Y yang didasarkan pada setiap variable  $X_1, X_2$  dan  $X_3$ .

a = Konstanta, yaitu nilai Y apabila  $X_1, X_2$ , dan  $X_3$  sama dengan nol.

$X_1$  = Variabel bebas pertama yaitu harga

$X_2$  = Variabel bebas kedua yaitu kualitas informasi

$X_3$  = Variabel bebas ketiga yaitu diskon

a) Nilai a sebesar 19,129 yaitu konstanta, yang menunjukkan mengenai tidak terdapat pengaruh dari ketiga variabel independen, ehingga varibael

<sup>12</sup> Rochmad Aldy Purnomo, Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS, (Ponorogo: WADE Group, 2016), 161.

keputusan pembelian pada GoFood yaitu sebesar nilai konstanta tersebut adalah 19,129.

- b) Besarnya nilai koefisien dari variable harga yaitu 0,759, sehingga apabila terjadi perubahan pada harga akan mengakibatkan perubahan pada keputusan pembelian pada GoFood sebesar 0,759 jika variabel lain dianggap konstan.
- c) Pada variable kualitas informasi nilai koefiennya yaitu sebesar 1,059, hal ini menunjukkan mengenai apabila terjadi perubahan pada variable kualitas informasi, maka keputusan pembelian pada GoFood juga akan berubah sebesar 1,509 jika variabel lain dianggap konstan.
- d) Koefisien regresi pada variabel diskon memiliki nilai sebesar 1,133, jika terjadi perubahan dalam variable diskon ehingga keputusan pembelian pada GoFood akan mengalami perubahan sebesar 1,133 jika variabel lain dianggap konstan.

## 2) Uji T

Uji T menurut Sugiyono yaitu menguji secara parsial pada koefisien regresi yang bertujuan guna mengetahui nilai signifikansi peranan parsial antar variabel bebas pada variabel reaksi dengan asumsi mengenai variabel bebas yang lain diasumsikan konstan.<sup>13</sup> Dalam melakukan uji parsial ini dapat dilakukan dengan program SPSS. Untuk mengetahui apakah sebuah variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh atau tidak pada variabel dependen dapat digunakan penilaian dengan kriteria meliputi:

- a) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai probabilitas signifikansinya  $< a$  (0.05), disimpulkan yakni  $H_a$  diterima sedangkan  $H_o$  ditolak.
- b) Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan nilai probabilitas signifikansinya  $> a$  (0.05), disimpulkan bahwa  $H_a$  ditolah dan  $H_o$  diterima.

---

<sup>13</sup>Muhammad Yusuf Dan Lukman Daris, *Analisis Data Penelitian Teori & Aplikasi Dalam Bidang Perikanan*, (Bogor: IPB Pres, 2018), 134 [https://books.google.co.id/books?idqrkREAAQBAJ&pg=PA134&dq=uji+parsial&hl=jv&sa=X&ved=2ahUKEwiip\\_fr3bTuAhVESX0KHTmPAa4Q6AEwAnoECAIQAg#v=onepage&q=uji%20parsial&f=false](https://books.google.co.id/books?idqrkREAAQBAJ&pg=PA134&dq=uji+parsial&hl=jv&sa=X&ved=2ahUKEwiip_fr3bTuAhVESX0KHTmPAa4Q6AEwAnoECAIQAg#v=onepage&q=uji%20parsial&f=false)

Untuk mengetahui besarnya nilai  $t_{\text{tabel}}$  dapat diperoleh pada derajat kebebasan ( $df$ ) =  $n - k - 1$ , dimana  $n$  yaitu jumlah sampel,  $k$  yaitu jumlah variabel bebas dalam penelitian. Maka ( $df$ ) =  $100 - 3 - 1$  didapatkan nilai 96. Melihat pada tabel distribusi  $t_{\text{tabel}}$  diperoleh nilai  $t_{\text{tabel-96}}$  sebesar 1,985.

**Tabel 4. 16**  
**Hasil Uji T**

Model	thitung	ttabel	Sig.
Harga	<b>2,235</b>	1,985	<b>0,028</b>
Kualitas Informasi	<b>3,479</b>	1,985	<b>0,001</b>
Diskon	<b>3,698</b>	1,985	<b>0,000</b>

Sumber: Data Output SPSS yang Diolah oleh Peneliti, 2022

Merujuk dalam tabel hasil uji t diatas, bisa dijabarkan dengan penjelasan yaitu :

a) Variabel  $X_1$  Harga

Uji statistik pada variabel harga pada keputusan pembelian memaparkan nilai  $t_{\text{hitung}}$  dengan nilai 2,235 dengan nilai  $t_{\text{tabel}}$  1,985 serta nilai sginifikansinya 0,028. Ini berarti nilai  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  dan nilai  $p\text{-sig} < 0,05$ . Sehingga bias diungkapkan bahwa harga mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian pada GoFood. Merujuk pada hasil uji diatas, diambil kesimpulan bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan “Terdapat pengaruh harga pada keputusan pembelian GoFood” diterima. Hasil pada penelitian ini mengindikasikan bahwa harga mempengaruhi keputusan pembelian pada GoFood.

b) Variabel Kualitas Informasi

Uji statistic pada variabel terhadap variabel kualitas informasi mempunyai hasil nilai  $t_{\text{hitung}}$  3,479 dengan nilai  $t_{\text{tabel}}$  1,985 serta nilai sginifikansinya 0,001. Hal ini berarti  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  serta nilai  $p\text{-sig} < 0,05$ . Merujuk pada hasil penelitian diatas, makan bisa disimpulkan mengenai variabel kualitas infromasi mempunyai pengaruh serta signifikan terhadap variabel keputusan pembelian pada GoFood. Sehingga hipotesis penelitian yang menyebutkan “Terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian GoFood” diterima. Hasil dari

penelitian ini mengindikasikan mengenai kualitas informasi mempengaruhi keputusan pembelian pada GoFood dengan signifikan.

c) Variabel Diskon

Uji statistik pada variabel diskon terhadap variabel keputusan pembelian memiliki hasil  $t_{hitung}$  3,698 dengan nilai  $t_{tabel}$  1,985 serta nilai signifikansi 0,000. Hal ini berarti  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sehingga nilai  $p\text{-sig} < 0,05$ . Sehingga diskon bisa diungkapkan memberikan pengaruh pada keputusan pembelian pada GoFood maupun signifikan. Berdasarkan pada hasil tersebut, hipotesis penelitian yang mengungkapkan “Terdapat pengaruh diskon terhadap keputusan pembelian pada GoFood” diterima. Dari hasil penelitian ini, membuktikan mengenai diskon memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian pada GoFood.

**3) Uji F**

Setelah melakukan uji parsial antar variabel independen terhadap variabel dependen, maka selanjutnya dilakukan uji simultan. Uji F merupakan pengujian yang dilakukan guna mengerti apakah tiap-tiap variabel independen pada penelitian dengan bersamaan atau simultan berpengaruh dengan signifikan pada variabel terikat. Pada uji F digunakan nilai 0,05 derajat kepercayaan. Apabila hasil uji  $f_{hitung}$  menunjukkan nilai yang lebih besar dari  $f_{tabel}$ , sehingga hipotesis alternatif yang menyebutkan bahwa seluruh konstruk variabel independen secara bersamaan mempunyai pengaruh yang signifikan pada variabel dependen.<sup>14</sup> Untuk mencari nilai  $F_{tabel}$  maka dapat digunakan derajat kepercayaan ( $df$ ) =  $n - k - 1$ , dengan  $n$  yaitu jumlah sampel serta  $k$  yaitu jumlah dari variabel independen. Sehingga didapatkan  $F_{tabel}$   $df = 10 - 3 - 1$  hasilnya 96, dengan nilai signifikansi 0,05 pada tabel distribusi F yaitu 2,70.

---

<sup>14</sup>Mulyono, *Berprestasi Melalui JFP Ayo Kumpulkan Angka Kreditmu*, (Yogyakarta: Budi Utama 2018), 113

**Tabel 4. 17**  
**Hasil Uji F**

Model	f hitung	f tabel	Sig.
	47,623	2,70	0,000

Sumber: Data Output SPSS yang Diolah oleh Peneliti, 2022

Hasil uji F pada reegresi linear berganda didapatkan hasil nilai  $f_{hitung}$  19,968. Hasil ini menunjukkan bahwa  $f_{hitung} > f_{tabel}$  ( $47,623 > 2,70$ ). Dapat disimpulkan bahwa harga, kualitas infromasi serta diskon secara simultan memiliki pengaruh keputusan pembelian pada GoFood.

Nilai signifikansi pada hasil uji F menunjukan nilai 0,000, hal ini mengungkapkan mengenai nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05. Sehingga bisa disimpulkan terdapat pengaruh positif dari karakteristik harga, kualitas infromasi dan diskon secara bersamaan serta signifikan terhadap keputusan pembelian pada GoFood oleh generasi Z.

#### 4) Koefisien Determinasi $R^2$

Uji koefisien determinasi  $R^2$  dilakukan guna mengetahui efisiensi dari model regresi dalam menerangkan variasi dari variabel terikat. Besarnya nilai pada koefisien determinasi yaitu nol sampai satu. Semakin besar nilai  $R^2$  maka berbanding lurus dengan kemampuan dari variabel independen pada model dalam menjelaskan variabel dependen.<sup>15</sup>

**Tabel 4. 18**  
**Hasil Uji Adjusted R Square**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of The Estimate
1	.773	.598	.586	4.567

Sumber: Data Output SPSS yang Diolah oleh Peneliti, 2022

Merujuk pada hasil uji yang dijelaskan pada tabel diatas, diperoleh nilai  $R^2$  sebesar 0,586. Hal ini memperlihatkan bahwa perubahan pada keputusan pembelian pada GoFood dapat dijelaskan oleh variabel harga, kualitas informasi maupun diskon sebesar 58,6%.

<sup>15</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multifariate Dengan Program IBM SPSS 21*, (Semarang:BP Universitas Diponegoro, 2013), 87

41,4% lainnya dijelaskan atau dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini.

## B. Pembahasan

### 1. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian secara *Online* Layanan Pesan Antar Makanan GoFood

Pada hasil penelitian yang sudah diuraikan sebelumnya, sudah dipaparkan bahwa terdapat pengaruh antar harga pada keputusan pembelian secara *Online* layanan pesan antar makanan GoFood. Hasil uji t yang memaparkan nilai dari  $t_{hitung} > t_{tabel}$  serta nilai signifikansi yang kurang dari ambang batas kekeliruan cukup untuk membuktikan. Hal tersebut bisa dijumpai dalam deskripsi jawaban dari responden pada variabel harga. Pada deskripsi dari jawaban responden memiliki kategori baik dalam instrumen penelitian. Berdasarkan pemaparan diatas, maka dapat disimpulkan **diterimanya hipotesis pertama (H1)** yang menjelaskan pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian secara *Online* layanan pesan antar makanan GoFood.

Riset ini berkesesuaian dengan teori yang diungkapkan oleh William J. Stanton. William J. Stanton mengatakan harga yaitu jumlah uang (kemungkinan ditambahkan beberapa barang) yang diperlukan agar mendapatkan sejumlah kombinasi sebuah produknya mupun pelayanan yang menyertainya.<sup>16</sup> Harga yaitu faktor yang sangat memiliki pengaruh pada keputusan pembelian *online*.<sup>17</sup>

Riset ini sesuai dengan penelitian terdahulu oleh Kuswanto dan Resista Vikaliana dalam penelitiannya yang juga menggunakan variabel Harga sebagai variabel independen, serta memakai Keputusan Pembelian *Online* sebagai variabel

---

<sup>16</sup>Dr.Meitiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya: Unitomo Press), 2019, 36. [https://www.google.co.id/books/edition/PEMASARAN\\_DAN\\_KEPUASAN\\_PELANGGAN/PYfCDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=PEMASARAN+DAN+KEPUASAN+PELANGGAN:+pemasaran+dan+kepuasan+pelanggan+Dr.+Meithiana+Indrasari&pg=PA106&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/PEMASARAN_DAN_KEPUASAN_PELANGGAN/PYfCDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=PEMASARAN+DAN+KEPUASAN+PELANGGAN:+pemasaran+dan+kepuasan+pelanggan+Dr.+Meithiana+Indrasari&pg=PA106&printsec=frontcover)

<sup>17</sup>Dr.Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya:Unitomo Press), 2019, 36. [https://www.google.co.id/books/edition/PEMASARAN\\_DAN\\_KEPUASAN\\_PELANGGAN/PYfCDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=PEMASARAN+DAN+KEPUASAN+PELANGGAN:+pemasaran+dan+kepuasan+pelanggan+Dr.+Meithiana+Indrasari&pg=PA106&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/PEMASARAN_DAN_KEPUASAN_PELANGGAN/PYfCDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=PEMASARAN+DAN+KEPUASAN+PELANGGAN:+pemasaran+dan+kepuasan+pelanggan+Dr.+Meithiana+Indrasari&pg=PA106&printsec=frontcover)



dependen.<sup>18</sup> Namun demikian, penelitian oleh Agung Pramono,dkk dalam penelitiannya yang memakai variabel harga sebagai variabel independen terhadap keputusan pembelian secara *online*. Tiap-tiap dari penelitian tersebut mengungkapkan bahwa variabel harga berpengaruh pada keputusan pembelian. Penelitian oleh Agung Pramono,dkk mengatakan harga menggambarkan faktor yang memiliki pengaruh besar dalam keputusan pembelian secara *Online* pada obyek penelitiannya.<sup>19</sup>

Namun, hasil penelitian peneliti tidak berkesesuaian dengan penelitian oleh Fransiska Vania Sudjatmika dalam penelitiannya “Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan maupun Keamanan Terhadap Keputusan Pemelian di Tokopedia.com”.<sup>20</sup> Begitupula dengan penelitian oleh Ismail Hidayat dkk yang meyakini bahwa variable harga tidak mempengaruhi keputusan pembelian secara *Online* pada situs Bukalapak.com.<sup>21</sup>

## 2. Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian secara *Online*Layanan Pesan Antar Makanan GoFood

Berlandaskan hasil penelitian yang telah diuraikan lebih dahulu, sudah dijelaskan terdapat pengaruh antara kualitas informasiterhadap keputusan pembelian secara *Onlinelayanan* pesan antar makanan GoFood. Merujuk pada hasil uji yang menunjukkan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan nilai signifikansinya lebih kecil dari tingkat kekeliruan cukup membuktikan. Hal tersebut juga dapat dilihat pada deskripsi dari jawaban para responden pada

---

<sup>18</sup>Kuswanto dan resista Vikaliana, Pengaruh Harga dan Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian *Online* (Studi Kasus pada Toko Emershop di Tokopedia.com)”, *Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium (MBE)*, Vol.6 No.2 (2020):204.

<https://www.ojs.unr.ac.id/index.php/Equilibrium/article/view/431/471>

<sup>19</sup>Agung Pramono dkk, “Pengaruh Harga Ulasan dan Tampilan Produk terhadap Keputusan Pembelian Secara Online”, *MANAGER Jurnal Ilmu Manajemen*, Vo.3 No.3 (2020): <http://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/Manager/article/view/3909/2245>

<sup>20</sup> Fransiska Vania Sudjatmika “Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudaha dan Kemanan terhadap Keputusan Pembelian secara *Onlinedi* Tokopedia.com”, *Jurnal Mahasiswa Manajemen Bisnis AGORA*, Vol.5 No.1 (2017):6. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/5227>

<sup>21</sup>Ismail Hidayat dkk, Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Harga dan Kualitas Informasi “Penggunaan E-Commerce terhadap Keputusan Pembelian secara *Online*pada Situs Bukalapak.com”, *JRM e-jurnal Riset Manajemen*, Vol.06 No.3 (2017):73. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/450>

variabel kualitas informasi. Hal tersebut dapat pula ditinjau dari deskripsi jawaban oleh responden, yang mana menunjukkan kategori baik. Disimpulkan dari pemaparan diatas bahwa **diterimanya hipotesis kedua (H2)** yang menyatakan adanya pengaruh antara kualitas informasi dengan keputusan pembelian secara *Online* layanan pesan antar makanan GoFood.

Penelitian ini mendapatkan hasil selaras dengan teori yang dijabarkan oleh Mc.Leod. Mc.Leod mengatakan informasi merupakan data yang sudah diolah menjadi suatu bentuk yang mempunyai makna untuk penerima dan memiliki manfaat bagi pengambilan keputusan yang akan datang.<sup>22</sup> *Online Shopping* baiknya menyuguhkan informasi yang meliputi kaitannya dengan produk dan jasa yang disediakan. Informasi tersebut baiknya memiliki nilai guna dan relevan bagi konsumen untuk menerka kualitas dan kegunaan dari sebuah produk atau jasa.<sup>23</sup> Informasi dengan kualitas tinggi yang diberikan ke konsumen sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian oleh konsumen.<sup>24</sup>

Hasil dari riset ini mempunyai kesamaan hasil dengan penelitian oleh Joko Setiawan. Pada penelitian yang dilakukan Joko Setiawan mengungkapkan bahwa kualitas informasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di forum jual beli *online*.<sup>25</sup> Penelitian ini juga berkesesuaian pada penelitian yang dijalankan oleh Dessy Wahyuni dan Inaya Dra. Apriatni Endang Prihattini. Penelitian Dessy Wahyuni dan Inaya Dra. Apriatni Endang Prihattini menerangkan bahwa kualitas informasi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian

---

<sup>22</sup> Binus University, “Konsep Dasar Informasi Dalam Sistem Informasi AKuntansi”, Juli 2020. <https://accounting.binus.ac.id/2020/07/07/konsep-dasar-informasi-dalam-sistem-informasi-akuntansi/>

<sup>23</sup> Ani Ismawati, “Pengaruh Kualitas Informasi dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk *Online* pada Shopee”, *PRISMA Platform Riset Mahasiswa Akuntansi*, Vol.1 No.06 (2020): 57. <https://ojs.stiesia.ac.id/index.php/prisma>

<sup>24</sup> Joko Setiawan, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian di Forum Jual Beli *Online* Studi Pada Mahasiswa STMIK GICI Batam”, *JURISMA Jurnal Sistem Informasi dan Manajemen*, Vol.5 No.1 (2017):8-9. <https://ejournal.stmikgici.ac.id/index.php/jursima/article/view/6>

<sup>25</sup> Joko Setiawan, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian di Forum Jual Beli *Online* Studi Pada Mahasiswa STMIK GICI Batam”, *JURISMA Jurnal Sistem Informasi dan Manajemen*, Vol.5 No.1 (2017):8-9. <https://ejournal.stmikgici.ac.id/index.php/jursima/article/view/6>

situs Lazada.<sup>26</sup> Akan tetapi penelitian ini menolak penelitian oleh Ismail Hidayat,dkk. Penelitian oleh Ismail Hidayat dkk mengatakan bahwa kualitas informasi tidak mempengaruhi terhadap keputusan pembelian secara *Online* pada situs Bukalapak.com.<sup>27</sup>

Hal ini dicerminkan pada instrumen penelitian dengan pernyataan “GoFood memberikan informasi produk secara *up-to-date* (terbaru)” dan “GoFood memberikan informasi produk secara lengkap”. Masing-masing instrument menunjukkan indikator sangat baik. Indeks nilai TCR yang dimiliki oleh masing-masing instrument yakni 75,8 dan 73,2.

### 3. Pengaruh Diskon terhadap Keputusan Pembelian secara *Online* Layanan Pesan Antar Makanan GoFood

Melihat kesimpulan dari penelitian yang telah dijabarkan lebih dulu, telah dimengerti bahwa terindikasi ada pengaruh antara diskon terhadap keputusan pembelian secara *Online* layanan pesan antar makanan GoFood. Untuk membuktikan dapat merujuk pada nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  serta nilai signifikansinya berada lebih kecil dari ambang batas kekeliruan. Hal tersebut bisa nampak pada deskripsi dari jawaban responden pada variabel diskon. Terdapat kategori baik pada deskripsi jawaban responden. Hal ini menunjukkan **diterimanya hipotesis ketiga (H3)** yang menerangkan pengaruh antara diskon pada keputusan pembelian secara *Online* layanan pesan antar makanan GoFood.

Penelitian ini searah dengan teori oleh Sutisna, yang mendefinisikan diskon ialah kesan dangkal dalam waktu yang singkat serta bisa dipertahankan sementara.<sup>28</sup> Sutisna menjelaskan, potongan harga yaitu berkurangnya harga produk

---

<sup>26</sup>Desy Wahyuni Angkat dan Dra. Apriatni Endang Prihatini,M.Si, “Pengaruh Kemudahan, Kualitas Informasi dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* pada Situs Lazada”, *JIAB Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol.7 No.3 (2018):5. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/21062>

<sup>27</sup>Ismail Hidayat dkk, Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Harga dan Kualitas Informasi “Penggunaan E-Commerce terhadap Keputusan Pembelian secara *Online* pada Situs Buka lapak.com”, *JRM e-jurnal Riset Manajemen*, Vol.06 No.3 (2017):73. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/450>

<sup>28</sup> Eujin Kim dan Suresh Tafisina. Customers’ Initial Trust in E-Bussinese: How to Measyre Customers Initial Trust, *Americas Conference on Information System (AMCIS)* (2003): 36. <https://aisel.aisnet.org/amcis2003/5>

dari harga normal pada periode tertentu.<sup>29</sup> Terdapat tiga indikator yang dicetuskan oleh Sutisna, dan masing-masing dari indikator tersebut memiliki rata-rata kategori baik pada deskripsi jawaban responden.

Penelitian ini juga bekesuaian penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Adiyansyah dan Herry Nurdin. Penelitiannya oleh Adiyansyah dan Herry Nurdin menyatakan bahwa diskon berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian produk melalui *Onlineshop* shopee.<sup>30</sup> Penelitian oleh Aruf Yusuf Safuan dan Tri Septin Muji Rahayu juga menyatakan hal selaras. Hasil penelitiannya mengatakan bahwa diskon ada pengaruh terhadap keputusan pembelian pada *Onlineshop* shopee.<sup>31</sup> Namun, hasil penelitian ini, bertolak belakang pada penelitian yang dilakukan oleh Nur Mochammad Ilyas Safuan. Penelitian Ilyas Safuan menyatajan bahwa diskon tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Zalora.<sup>32</sup>

---

<sup>29</sup>Indra Bayu Baskara, “Pengaruh Potongan Harga (*Discount*) terhadap Pembelian Tidak Terencana (*Impulse Buying*)”, *Manajemen Bisnis*, Vol.5 No.2 (2015): 3. <https://doi.org/10.22219/jmb.v5i2.5382>

<sup>30</sup>Ardiansyah dan Herry Nurdin, “”, *JPENSI Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi*, Vol.5 No.2 (2020):143. <http://jurnalekonomi.unisla.ac.id/index.php/jpensi>

<sup>31</sup>Aruf Yusuf Alghifari dan Tri Septin Muji Rahayu “Pengaruh Diskon, Kualitas Website, Persepsi Risiko dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian pada *OnlineShop* Shopee: Studi pada Mahasiswa Universitas Muhamadiyah Purwokerto”, *DERIVATIF:Jurnal Manajemen*, Vol.15 No.2 (2021):231-231. <https://fe.ummmetro.ac.id/ejournal/index.php/JM/article/view/635>

<sup>32</sup>Nur Mochammad Ilyas Safuan dan Khuzaini, “Pengaruh Kualitas Website, Diskon dan Kesadaran terhadap Keputusan Pembelian diZalora (Studi pada Mahasiswa STIESIA Surabaya)”, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol.7 No10 (2018):13. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/176>