

Yasinta Inya Mete

by UNITRI Press

Submission date: 06-May-2024 09:35PM (UTC-0500)

Submission ID: 2308469332

File name: Yasinta_Inya_Mete.docx (38.59K)

Word count: 1054

Character count: 7128

5
**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *GOFOOD* (STUDI PADA
DOSEN DAN KARYAWAN UNITRI MALANG)**

PROPOSAL SKRIPSI

MANAJEMEN



**Oleh:
Yasinta Inya Mete
2020120139**

6
**UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADewi
FAKULTAS EKONOMI
MALANG
2024**

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana personel dan akademisi Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang mengambil keputusan tentang GoFood mana yang akan dibeli berdasarkan faktor-faktor termasuk harga, kualitas, dan pendekatan pemasaran. Populasi sampel untuk desain penelitian kuantitatif ini terdiri dari 68 civitas akademika dan staf universitas. Regresi linier berganda digunakan untuk analisis data. Temuan analisis menunjukkan bahwa, dengan koefisien determinasi sebesar 0,579, atau 57,9%, ketiga variabel independen kualitas produk, harga, dan pemasaran memiliki dampak yang baik terhadap pilihan pembelian konsumen. Setiap variabel independen mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap pilihan pembelian dengan tingkat yang lebih kecil, berdasarkan temuan uji t ($p < 0,05$), dan ketiga variabel tersebut juga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian secara bersamaan, sesuai dengan hasil uji F. ($p < 0,05$). Implikasi temuan ini adalah bahwa strategi pemasaran GoFood dapat dioptimalkan dengan meningkatkan kualitas produk, strategi harga, dan kampanye pemasaran yang menarik bagi dosen dan pegawai Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang, serta pihak restoran dan pedagang makanan dapat mempertimbangkan strategi ini dalam meningkatkan kinerja bisnis mereka.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Promosi, terhadap Keputusan Pembelian.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Teknik pemasaran internet berbasis teknologi secara bertahap menggantikan taktik pemasaran langsung, dan perubahan ini terjadi dengan cepat karena kemajuan teknologi. Transportasi berbasis internet sangatlah besar saat ini. Transportasi online mempunyai peran yang cukup besar terhadap perekonomian Indonesia. Respon positif masyarakat terhadap transportasi internet berbasis teknologi menunjukkan bahwa hal ini merupakan contoh kemajuan teknologi yang kreatif dan dilakukan untuk kemaslahatan masyarakat.

Menurut data survei tahun 2023, *Gofood* merupakan layanan pesan-antar makanan online teratas. Keberagaman menu, keamanan transaksi, dan kenyamanan penggunaan adalah tiga aspek layanan pesan antar makanan enak yang dijelaskan di sini. Persentase tertinggi yang diberikan gerai *Gofood* adalah 5,09%. GrabFood dan ShopeeFood memperoleh nilai 4,97%. Itu juga muncul di urutan teratas 5,18% dari seluruh menu *Gofood*. *Gofood* memiliki persentase keamanan transaksi lebih tinggi yaitu 5,23% (Annur, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa memberikan layanan pelanggan yang luar biasa.

Pelanggan dengan layanan terbaik akan menghemat uang dan kembali lagi untuk mendapatkan lebih banyak. Sebelum melakukan pembelian, konsumen mendefinisikan suatu masalah, menyelidiki merek atau barang tertentu, dan mendiskusikan seberapa baik setiap solusi yang mungkin dapat memecahkan masalah tersebut. Tahap ini dikenal dengan tahap pengambilan keputusan membeli.

Promosi, harga, dan kualitas produk adalah beberapa faktor yang menarik konsumen dan mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Dunia usaha harus mempertimbangkan hal ini karena produknya dapat diakses secara luas, berkualitas tinggi, dan harga terjangkau, khususnya bagi pelajar. Pada kenyataannya, hal ini tidak sepenuhnya mengesampingkan kemungkinan bahwa, dengan pemasaran yang sukses, produk tersebut akan lebih mudah diakses di pasar luar negeri. Faktor kepuasan konsumen selanjutnya adalah pengaruh iklan. Promosi suatu produk hanyalah salah satu dari beberapa kampanye pemasaran. Kegiatan bauran pemasaran dapat digunakan untuk mempromosikan suatu produk. Retno Ayu Dewi Novitawati (2019) menyatakan bahwa upaya yang dilakukan adalah memproduksi barang yang ramah konsumen, memberikan harga yang kompetitif, memiliki saluran distribusi yang luas, dan memperluas penawaran guna meningkatkan minat dan kesadaran pelanggan. Pelanggan memiliki permintaan yang harus dipenuhi, yang mungkin mempengaruhi keputusan mereka untuk membeli.

Menurut Bagwell dan Riordan (1991), permasalahan umum yang ada di pasar saat ini adalah bahwa sebagian konsumen lebih mementingkan kualitas suatu produk dibandingkan harganya. Tidak diragukan lagi, setiap perusahaan ingin menyediakan produk berkualitas tinggi. Karena banyaknya barang identik di pasaran saat ini, para pelaku bisnis harus mampu memproduksi barang dengan kualitas yang tinggi agar dapat berkembang dan bersaing. Ketika suatu produk telah terbukti memiliki kualitas yang luar biasa dan dapat diandalkan, konsumen tidak akan ragu untuk membeli atau menggunakannya.

Peneliti menemukan banyaknya pilihan konsumen untuk membeli produk melalui layanan pesan-antar makanan *Gofood* dipengaruhi oleh rating produk, promosi, dan kemudahan penggunaan. Materi latar belakang yang diberikan di atas memperjelas hal ini. Oleh karena itu, peneliti ingin meneliti “**PENGARUH KUALITAS PRODUK HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *GOFOOD* (Studi Pada Dosen Dan Karyawan Unitri Malang)**”.

1.2. Rumusan Masalah

Masalah penelitian yang dirumuskan adalah:

1. Apakah kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian GoFood oleh dosen dan pegawai Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian GoFood yang dilakukan oleh dosen dan pegawai Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang?
3. Sejauh mana promosi memengaruhi keputusan pembelian GoFood oleh dosen dan pegawai Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang?
4. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian GoFood yang dilakukan oleh dosen dan pegawai Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini yaitu:

1. Mengukur seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian GoFood oleh dosen dan pegawai Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang.
2. Menilai seberapa besar pengaruh harga terhadap preferensi pembelian GoFood oleh dosen dan pegawai Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang.
3. Memahami bagaimana promosi memengaruhi pilihan pembelian GoFood oleh dosen dan pegawai Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang.
4. Menganalisis bagaimana kualitas produk, harga, dan promosi memengaruhi preferensi pembelian GoFood oleh dosen dan pegawai Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang.

2

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Menurut peneliti, hendaknya menambah pemahaman ilmiah dan menjadi sumber berharga untuk penelitian lebih lanjut, terutama jika menyangkut penelitian yang mengkaji bagaimana kualitas produk, harga, dan iklan mempengaruhi pilihan pelanggan.

7

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Temuan penelitian ini diyakini dapat meningkatkan kemampuan berpikir kritis, pengalaman, wawasan, dan pengetahuan, khususnya yang berkaitan dengan ilmu pemasaran. Selain itu, penelitian ini merupakan penerapan informasi yang dipelajari selama sesi perkuliahan.

b. Bagi Perusahaan

Untuk membantu memilih pembelian *Gofood* mana yang akan dilakukan dan memberikan landasan bagi pengembangan strategi pemasaran di masa depan, hal ini dimaksudkan untuk memberikan umpan balik dan evaluasi terhadap operasional perusahaan di lapangan, khususnya terkait kualitas produk, harga, dan promosi.

c. Bagi Universitas

Dalam rangka melakukan penelitian lebih lanjut, diharapkan temuan penelitian ini dapat memberikan informasi segar, menjadi sumber (masukan) bagi institusi kampus dalam mensosialisasikan sinkronisasi yang disajikan, dan menghasilkan literatur tambahan.

d. Bagi Pihak Lain .

Hal ini dimaksudkan agar pembaca dapat memperoleh pengetahuan dari penelitian ini dan dapat menjadi sumber bagi orang lain yang ingin melakukan penelitian terkait di masa mendatang.

3. Bagi Akademik

Guna mengarahkan pelaku usaha dan pihak terkait ke arah yang lebih baik, peneliti berharap temuan penelitian ini dapat bermanfaat di dunia nyata sebagai bahan referensi kebijakan terkait kualitas produk, harga, dan promosi, khususnya bagi pihak yang menggunakan *Gofood*, baik penjual maupun pembeli. Banyak. Baiklah sekali lagi.



Yasinta Inya Mete

ORIGINALITY REPORT

11%

SIMILARITY INDEX

10%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Lie Styono Rudyanto, Rr. Lulus Prapti N.S.S., Dian Triyani. "ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN WELLBLUE ALKALINE WATER PITCHER", Solusi, 2020 Publication	2%
2	repository.trisakti.ac.id Internet Source	1%
3	syamspnegeriwawotobi.blogspot.com Internet Source	1%
4	eprints.undip.ac.id Internet Source	1%
5	mafiadoc.com Internet Source	1%
6	rinjani.unitri.ac.id Internet Source	1%
7	123dok.com Internet Source	1%

8

repositori.uma.ac.id

Internet Source

1 %

9

id.scribd.com

Internet Source

1 %

10

dasimerakpoetra.wordpress.com

Internet Source

1 %

11

ecampus.pelitabangsa.ac.id

Internet Source

1 %

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

Yasinta Inya Mete

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9
