

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga,dan, Promsi Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Gofood di Kota Medan

Abstract

This research examines the influence of service quality, price, and promotion on purchasing decisions for the GoFood application in Medan City. The backdrop is the rapid development of information technology, which pushes companies to continuously innovate. GoFood, as a food delivery service, once dominated the market, but data indicates a significant decline in user interest in Medan from 2023 to 2024, with GrabFood now leading the market. This decline is attributed to several factors. Consumers have complained about GoFood's service quality, including delivery delays and damaged orders. In terms of price, GoFood is perceived as higher compared to its competitors. Furthermore, GoFood's promotional activities are considered less aggressive than GrabFood's. The objective of this study is to analyze the partial influence of service quality, price, and promotion, as well as their simultaneous influence, on GoFood purchasing decisions in Medan City. Purchasing decisions are defined as a series of steps consumers take, influenced by internal and external factors. Service quality is the degree of difference between customer expectations and their perceptions of the service received. Price is the exchange value for a product or service, and promotion encompasses all forms of communication used by companies to persuade and influence consumers. This research employs a quantitative method with a causal/explanatory approach. The study was conducted in Medan City from November 2024 to June 2025. The research population consists of GoFood application users in Medan, with a sample of 80 respondents determined by multiplying the number of indicators (16) by five. Data was collected via questionnaires and analyzed using data quality tests (validity and reliability) and classical assumption tests (normality, multicollinearity, heteroscedasticity). Multiple linear regression analysis and hypothesis testing (t-test and F-test) were used to examine the influence of the variables. The results indicate that service quality and promotion have a significant partial influence on GoFood purchasing decisions in Medan City. However, price does not have a significant partial influence. Simultaneously, service quality, price, and promotion collectively have a significant influence on GoFood purchasing decisions in Medan City.

Keywords: Service Quality, Price, and Promotion Purchasing Decisions

Abstrak

Penelitian ini mengkaji pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian aplikasi GoFood di Kota Medan. Perkembangan teknologi informasi telah membentuk dinamika berbagai sektor kehidupan, mendorong perusahaan untuk terus meningkatkan pelayanan sesuai harapan konsumen. GoFood, sebagai layanan pesan antar makanan, sangat diminati karena gaya hidup praktis dan efisien. Namun, data menunjukkan penurunan signifikan jumlah peminat GoFood di Medan dari tahun 2023 hingga 2024, di mana GoFood disalip oleh GrabFood sebagai pemimpin pasar. Penurunan ini disebabkan oleh beberapa fenomena penting, termasuk keluhan kualitas pelayanan seperti keterlambatan pengiriman dan pesanan yang rusak, harga GoFood yang lebih tinggi dari pesaing, serta promosi yang kurang agresif dibandingkan GrabFood. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi secara parsial, serta pengaruh ketiganya secara simultan, terhadap keputusan pembelian GoFood di Kota Medan. Keputusan pembelian adalah serangkaian langkah yang dilakukan konsumen sebelum, selama, dan setelah membeli produk, dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai tingkat perbedaan antara harapan pelanggan dengan persepsi mereka terhadap pelayanan yang diterima. Harga merupakan nilai tukar untuk mendapatkan produk atau jasa. Promosi adalah segala bentuk komunikasi yang digunakan perusahaan untuk membujuk dan memengaruhi konsumen. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan kausal atau eksplanatori. Lokasi penelitian adalah Kota Medan, dengan waktu penelitian dari November 2024 hingga Juni 2025. Populasi penelitian adalah pengguna aplikasi GoFood di Medan, dengan sampel sebanyak 80 responden, ditentukan berdasarkan jumlah indikator (16) dikalikan 5. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan uji kualitas data (validitas dan reliabilitas) serta uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas). Analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis (uji t dan uji F) digunakan untuk menguji pengaruh variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan promosi memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian GoFood di Kota Medan. Namun, harga tidak memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian. Secara simultan, kualitas pelayanan, harga, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian GoFood di Kota Medan.

Keywords: Kualitas Pelayanan, Harga,dan, Promosi , Keputusan Pembelian