

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI FITUR GOFOOD PADA APLIKASI GOJEK

ABSTRAK

Gojek merupakan pemanfaatan inovasi digital yang mempersatukan bidang informasi dan transportasi. Dengan adanya inovasi tersebut guna membantu manusia dari berbagai aspek dalam beraktivitas sehari-hari. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh kualitas layanan, persepsi harga, citra merek, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian melalui fitur GoFood pada aplikasi Gojek.

Penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Responden dipilih menggunakan *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Sampel pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian makanan dan minuman melalui fitur GoFood pada aplikasi Gojek. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang telah di uji sebanyak 30 responden untuk menguji kelayakan data berupa uji validitas dan reliabilitas, dan dilanjutkan dengan 104 responden untuk uji asumsi klasik yang dilakukan adalah uji normalitas, uji heteroskedestisitas, dan uji multikolienaritas. Uji antar variabel menggunakan analisis linear berganda. Serta, uji hipotesis yang menggunakan uji T, dan Uji F lalu uji koefisien determinasi (R^2). Alat bantu dalam pengujian yang digunakan adalah SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan, persepsi harga, citra merek dan gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui fitur GoFood pada aplikasi Gojek baik secara parsial maupun signifikan. Variabel yang berpengaruh dominan merupakan variabel persepsi harga.

Kata Kunci: Citra Merek, Gaya Hidup, Kualitas Layanan. Keputusan Pembelian, Persepsi Harga.

(xii + 72 + Lampiran)

Daftar Pustaka (2018 - 2023)