

**PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE*, *PERCEIVED USEFULNESS*,
PERCEIVED RISK, DAN *ONLINE CUSTOMER RATING* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA *ONLINE* LAYANAN GOFOOD
PADA MAHASISWA UNIVERSITAS WIJAYAKUSUMA PURWOKERTO**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Rahma Hani Aisyah

N P M : 19310110119

Telah diketahui dan disahkan pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 7 Maret 2024

Tempat : Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Wijayakusuma Purwokerto

Dosen Pembimbing I



Dr. Tri Esti Masita, S.E., M.Si.
NIS. 6100732057

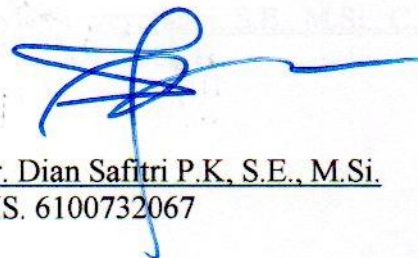
Dosen Pembimbing II



H. Ady Achadi, S.E., M.Si.
NIS. 6100735093

Mengetahui

Program Studi Manajemen
Ketua,



Dr. Dian Safitri P.K., S.E., M.Si.
NIS. 6100732067

Fakultas Ekonomika dan Bisnis

Dekan



Andri Johan Suzana, S.E., M.Si.
NIS. 6100734086



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rahma Hani Aisya

NPM : 19310110119

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomika dan Bisnis

Menyusun skripsi dengan judul:

PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE*, *PERCEIVED USEFULNESS*, *PERCEIVED RISK*, DAN *ONLINE CUSTOMER RATING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA *ONLINE* LAYANAN GOFOOD PADA MAHASISWA UNIVERSITAS WIJAYAKUSUMA PURWOKERTO

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya tulis saya sendiri dan bukan dibuatkan orang lain atau jiplakan atau modifikasi karya orang lain.

Bila pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi, termasuk pencabutan gelar keserjanaan yang sudah saya peroleh.

Purwokerto, 7 Maret 2024

Yang menyatakan



Handwritten signature of Rahma Hani Aisya.

(Rahma Hani Aisya)

NPM:19310110119

HALAMAN MOTTO

*Isn't it funny how day by day nothing changes,
but when you look back everything is different.*

You are never too old to set another goal or to dream a new dream.

- C.W. Lewis –

Never try to be better than someone else, always learn from others.

Never cease trying to be the best you could be that's under your control.

*If you got too engrossed, involved, and concerned in regard to the things over
which you have no control, it will adversely affect the things over which you have
control.*

- John Wooden -

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan sebagai bukti dan tanda terima kasih saya kepada:

Allah SWT

Saya sendiri

Bapak saya Anang S. dan Mama saya Suharyati

Kakak dan adik saya

Serta Naira.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Risk*, dan *Online Customer Rating* terhadap Keputusan Pembelian secara *Online* Layanan Gofood Pada Mahasiswa Universitas Wijayakusuma Purwokerto”.

Skripsi ini disusun guna memperoleh salah satu persyaratan memperoleh gelar kesarjanaan pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Wijayakusuma Purwokerto. Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak, baik moril dan materil. Maka pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Andhi Johan Suzana, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Wijayakusuma Purwokerto.
2. Dr. Dian Safitri P.K., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Wijayakusuma Purwokerto.
3. Dr. Tri Esti Masita, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan peneliti dari awal hingga terselesaikannya skripsi ini.
4. H. Ady Achadi, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan peneliti dari awal hingga terselesaikannya skripsi ini.
5. Akbar Pahlevi, S.M., M.M. selaku Dosen Penguji III dan Mayla Surveyandini, S.E., M.Si. selaku Dosen Penguji IV yang telah berkenan memberikan berbagai saran dan kritik serta evaluasi demi kesempurnaan skripsi ini.
6. Mahasiswa Universitas Wijayakusuma Purwokerto yang sudah berkenan menjadi responden dalam penelitian ini.
7. Ibu, Bapak, dan keluarga tercinta yang selalu memberikan dukungan berupa doa, semangat moril, materil dan perhatian serta kasih sayang yang senantiasa

dilimpahkan kepada saya hingga saat ini.

8. Teman-teman atas kebersamaannya selama ini yang telah memberi dorongan dan semangat bagi saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang turut membantu dalam penyusunan skripsi ini, yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.
10. Saya sendiri atas kekuatan mental dan fisik untuk terus berjuang mengerjakan tugas akhir ini sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar yang sedang diperjuangkan ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya atas kekurangan-kekurangan yang terdapat dalam skripsi ini. Namun demikian, peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang memerlukan.

Purwokerto, 7 Maret 2024

Peneliti

III. METODOLOGI PENELITIAN DAN ANALISIS	
A. Metode Penelitian.....	34
B. Metode Analisis.....	39
IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	47
B. Gambaran Umum Layanan GoFood	48
C. Analisis Data dan Pembahasan.....	49
D. Keterbatasan Penelitian	76
V. KESIMPULAN DAN IMPLIKASI	
A. Kesimpulan.....	77
B. Implikasi.....	78
C. Saran Penelitian Selanjutnya	79
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Persentase Jumlah Pangsa Pasar Industri Layanan Pesan Antar Makanan Online di Indonesia	3
Tabel 2. Penelitian-penelitian Terdahulu	25
Tabel 3. Skala Likert	39
Tabel 4. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 5. Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 6. Distribusi Responden Berdasarkan Fakultas.....	50
Tabel 7. Distribusi Responden Berdasarkan Program Studi.....	51
Tabel 8. Distribusi Responden Berdasarkan Tahun Angkatan	52
Tabel 9. Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	53
Tabel 10. Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Perceived Ease of Use</i> (X ₁).....	54
Tabel 11. Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Perceived Usefulness</i> (X ₂).....	55
Tabel 12. Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Perceived Risk</i> (X ₃)....	56
Tabel 13. Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Online Customer Rating</i> (X ₄).....	57
Tabel 14. Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	58
Tabel 15. Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel <i>Perceived Ease of Use</i> (X ₁).....	59
Tabel 16. Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel <i>Perceived Usefulness</i> (X ₂).....	59
Tabel 17. Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel <i>Perceived Risk</i> (X ₃).....	60
Tabel 18. Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel <i>Online Customer Rating</i> (X ₄).....	60
Tabel 19. Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner	61

Tabel 20. Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	62
Tabel 21. Hasil Uji Multikolinieritas	63
Tabel 22. Hasil Uji Heteroskedastisitas	64
Tabel 23. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	64
Tabel 24. Hasil Uji Koefisien Determinasi	66
Tabel 25. Hasil Uji F (<i>Goodness of Fit</i>).....	66
Tabel 26. Hasil Uji t.....	67

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Aplikasi Pesan Antar Makanan Paling Banyak Digunakan di Indonesia pada Bulan April 2023.....	2
Gambar 2. Model TAM (Technology Acceptance Model).....	10
Gambar 3. Model Lima Tahap Proses Keputusan Pembelian.....	14
Gambar 4. Model Penelitian	32
Gambar 5. Grafik Normality Probability Plot.....	62
Gambar 6. Kurva Uji F.....	67
Gambar 7. Kurva Uji t Sisi Kanan (Hipotesis Pertama)	68
Gambar 8. Kurva Uji t Sisi Kanan (Hipotesis Kedua).....	69
Gambar 9. Kurva Uji t Sisi Kiri (Hipotesis Ketiga).....	69
Gambar 10. Uji t Sisi Kanan (Hipotesis Keempat)	70

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Lembar Kuesioner Penelitian untuk Responden	86
Lampiran 2. Tabulasi Jawaban Responden untuk Uji Validitas & Reliabilitas	91
Lampiran 3. Tabulasi Jawaban 113 Responden	94
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas & Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	102
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas & Reliabilitras Variabel <i>Perceived Ease of Use (X1)</i>	103
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas & Reliabilitras Variabel <i>Perceived Usefulness (X2)</i>	104
Lampiran 7. Hasil Uji Validitas & Reliabilitras Variabel <i>Perceived Risk (X3)</i>	105
Lampiran 8. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitras Variabel <i>Online Customer Rating (X4)</i>	106
Lampiran 9. Hasil Uji Asumsi Klasik	107
Lampiran 10. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	109
Lampiran 11. Tabel r Tabel	110
Lampiran 12. Tabel Distribusi F	111
Lampiran 13. Tabel Distribusi t	114