



**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(Pengguna Layanan GoFood Mahasiswa FISIP Universitas Diponegoro
Semarang)**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Strata I

Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun:

NUR CHOLIS RINA IRAWAN SAGALA MARADAT

14030119120025

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2022

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nur Cholis Rina Irawan Sagala Maradat
NIM : 14030119120025
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Departemen : Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul :

**“PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Pengguna Layanan GoFood
Mahasiswa FISIP Universitas Diponegoro Semarang)”**

adalah benar-benar hasil karya yang saya buat sendiri dan bukan merupakan plagiat dari karya ilmiah orang lain. Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat dan gelar kesarjanaannya).

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Semarang, 16 November 2022

Pembuat pernyataan

Nur Cholis Rina Irawan Sagala Maradat

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Pengaruh *E-service quality* dan *Customer experience* Terhadap Keputusan Pembelian**
(Pengguna Layanan GoFood Mahasiswa FISIP Universitas Diponegoro Semarang)

Nama Penyusun : Nur Cholis Rina Irawan Sagala Maradat

Departemen : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan strata 1.

Semarang, 30 Desember 2022

Dekan

Wakil Dekan Akademik dan
Kemahasiswaan



Dr. Drs. Hardi Warsono, M.T.
NIP. 196408271990011001



Dr. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin
NIP. 196908221994041003

Dosen Pembimbing

Dinalestari Purbawati S.E., M.Si., Akt.

Dr. Sari Listyorini S.Sos., M.AB.

(.....)

(.....)

Dosen Penguji

Prof. Drs. Sudharto Prawata Hadi,

MES, Ph.D.

Dr. Sari Listyorini S.Sos., M.AB.

Dinalestari Purbawati S.E., M.Si., Akt.

(.....)

(.....)

(.....)

MOTTO

“Dan barang siapa menaruh seluruh kepercayaan kepada Allah (Tuhan), maka dia akan mencukupi mereka.”

(QS. At-Talaq : 3)

“Bersemangatlah atas hal-hal yang bermanfaat bagimu. Minta tolonglah kepada Allah, dan janganlah engkau lemah.”

(HR. Muslim)

PERSEMBAHAN

Puji syukur atas kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta’ala, Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Orangtua serta adik-adik penulis yang selalu memberikan dukungan dan doa terbaik disetiap langkah dan keputusan.
2. Amalia Damayanti, Tanzila Al-Unsha, Della Anisa Putri, Anindia, Syafila Maratussholihah dan Lisa Zulia Sari sebagai sahabat disegala kondisi.
3. *Cinderella University*, Lia, Dela, Zila, Laely, Umi, Nuris, Yolanda yang telah menemani sedari awal perkuliahan hingga saat ini.
4. Teman-teman KKNT Punjulharjo 2021 khususnya Arin, Fifi, Sofyan, Pranata, Satrio dan Firman yang senantiasa menemani sampai saat ini.
5. Ka Dean yang telah membantu penulis mampu bangkit dari keterpurukan terkait kesehatan mental dengan memberikan banyak pertolongan, pelajaran dan dukungan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Teman-teman Administrasi Bisnis UNDIP 2019 yang selalu memberikan masukan, dukungan serta doa terbaik.

ABSTRAK

Gojek merupakan perusahaan yang memanfaatkan peluang melalui perkembangan teknologi dengan berbagai prestasi dan keunggulan melalui salah satu layanan yang disediakan yaitu GoFood yang tidak dapat dipungkiri bahwa aka nada kompetitor pada bidang sejenis. Melihat keunggulan yang dimiliki Gojek harusnya membuat GoFood lebih unggul dari kompetitornya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *e-service quality* dan *customer experience* terhadap keputusan pembelian pada pengguna layanan GoFood pada mahasiswa FISIP Universitas Diponegoro Semarang. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian *Explanatory research* dengan jumlah sampel 100 responden dengan teknik sampling *nonprobability sampling* dan teknik pengumpulan data dengan kuisisioner dan studi pustaka. Metode analisis data yang digunakan adalah uji korelasi, uji regresi linear sederhana, uji regresi linear berganda, uji t dan uji F dengan bantuan SPSS *For Windows* versi 21.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-service quality* dan *customer experience* secara parsial dan simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Pada penelitian ini variabel *e-service quality* dan *customer experience* berada dalam kategori sangat baik dan variabel keputusan pembelian dengan kategori baik. Saran penelitian ini yaitu hendaknya mengoptimalkan aspek yang masih berada dibawah skor rata rata variabel dan diadakan penelitian lanjutan oleh pihak lain.

Kata kunci: *E-service quality*, *Customer experience*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Gojek is a company that takes advantage of opportunities through technological developments with various achievements and advantages through one of the services provided, namely GoFood, which is undeniable that it will be a competitor in a similar field. Seeing the advantages of Gojek should make GoFood superior to its competitors.

This study aims to determine the influence of e-service quality and *customer experience* on purchasing decisions for GoFood service users in FISIP Diponegoro University Semarang students. This study used the Explanatory research type with a total sample of 100 respondents with nonprobability sampling techniques and data collection techniques with questionnaires and literature studies. The data analysis methods used are correlation test, simple linear regression test, multiple linear regression test, T test, and F test with the help of SPSS For Windows version 21.0.

The results showed that e-service quality and *customer experience* partially and simultaneously have a positive and significant influence on purchasing decisions. In this study, the variables of e-service quality and *customer experience* were in the very good category and the variables of purchasing decisions with good categories. The suggestion of this study is that it should optimize aspects that are still below the average score of variables and conduct further research by other parties.

Keywords: *E-service quality, Customer experience, Purchase Decision*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan berkat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *E-service quality* dan *Customer experience* terhadap Keputusan Pembelian (Pengguna Layanan GoFood Mahasiswa FISIP Universitas Diponegoro Semarang)” dengan baik. Skripsi ini disusun guna memenuhi syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata-1 pada Departemen Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang.

Penulisan skripsi tentu melibatkan banyak pihak yang telah membantu penulis melalui doa, dukungan yang tulus dan ikhlas, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam kesempatan ini Penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Drs. Hardi Warsono, MTP. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk Menyusun skripsi ini.
2. Dr. Widiartanto, S.Sos, M.AB selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro serta Dosen Wali yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi ini serta telah banyak membantu penulis selama masa perkuliahan.
3. Dinalestari Purbawati S.E., M.Si., Akt. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, bimbingan serta arahan dan saran selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Dr. Sari Listyorini S.Sos., M.AB. selaku Dosen Penguji yang telah memberikan bimbingan dan dorongan untuk penulis selama kuliah.
5. Prof. Drs. Sudharto Prawata Hadi, MES, Ph.D. selaku Dosen Wali sekaligus Dosen Penguji yang telah meluangkan waktu untuk menguji, memberikan saran, dan memberi arahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Pengajar Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro Semarang yang telah memberikan ilmu dan dorongan positif selama masa perkuliahan.
7. Seluruh staf dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang yang telah banyak membantu penulis selama masa perkuliahan.
8. Semua pihak yang telah memberikan bantuan, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Akhir kata penulis sampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Semarang, 16 November 2022

Nur Cholis Rina Irawan S. M.

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Kegunaan Penelitian.....	12
1.5 Kerangka Teori.....	13
1.5.1 Perilaku Konsumen	13
1.5.2 <i>E-service Quality</i>	17
1.5.3 <i>Customer experience</i>	18
1.5.4 Keputusan Pembelian	20
1.6 Penelitian Terdahulu	23
1.7 Hubungan Antar Variabel	26
1.7.1 Hubungan Antara “ <i>E-service quality</i> ” Terhadap Keputusan Pembelian	26
1.7.2 Hubungan Antara “ <i>Customer experience</i> ” Terhadap Keputusan Pembelian.....	27
1.7.3 Hubungan Antara <i>E-service quality</i> Dan <i>Customer experience</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	28
1.8 Hipotesis.....	29
1.9 Definisi Konseptual.....	30
1.9.1 <i>E-service quality</i>	30
1.9.2 Customer Experience.....	30
1.9.3 Keputusan Pembelian	30
1.10 Definisi Operasional.....	30

1.11	Metode Penelitian.....	32
1.11.1	Tipe Penelitian.....	32
1.11.2	Populasi dan sampel	33
1.11.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	33
1.11.4	Jenis dan Sumber Data Penelitian	34
1.11.5	Skala Pengukuran	35
1.11.6	Teknik Pengumpulan Data	35
1.11.7	Teknik Pengolahan Data	36
1.11.8	Instrumen Penelitian.....	36
1.11.9	Teknik Analisa Data.....	36
BAB II GAMBARAN UMUM GOJEK DAN LAYANAN GOFOOD.....		42
2.1	Gambaran Umum Gojek	42
2.2	Visi Misi Gojek.....	43
2.2.1	Visi	43
2.2.2	Misi.....	43
2.3	Logo dan Makna Logo Gojek	43
2.4	Layanan GoFood.....	45
2.5	Identitas Responden	50
2.5.1	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
2.5.2	Identitas Responden Berdasarkan Departemen.....	51
2.5.3	Identitas Responden Berdasarkan Angkatan.....	52
2.5.4	Identitas Responden Berdasarkan Uang Saku perbulan.....	52
2.5.5	Identitas Responden Berdasarkan Pemesanan Makanan Berdasarkan Rating <i>Merchant</i>	53
2.5.6	Identitas Responden Berdasarkan Jumlah Pemesanan Makanan Melalui GoFood Selama Satu Tahun Terakhir (Jumlah Pembelian Perminggua)	54
BAB III PENGARUH <i>E-SERVICE QUALITY</i> DAN <i>CUSTOMER EXPERIENCE</i> TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Pengguna Layanan GoFood Mahasiswa FISIP Universitas Diponegoro Semarang)		55
3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	55
3.1.1	Uji Validitas	55
3.1.2	Uji Reliabilitas.....	58
3.2	Analisis Deskriptif Variabel.....	60
3.2.1	Persepsi Terhadap <i>E-service quality</i>	61
3.2.2	Persepsi Responden Terhadap <i>Customer experience</i>	69

3.2.3	Persepsi Responden Terhadap Keputusan Pembelian.....	86
3.3	Analisis Data	101
3.3.1	Pengaruh <i>E-service quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	101
3.3.2	Pengaruh <i>Customer experience</i> Terhadap Keputusan Pembelian	106
3.3.3	Pengaruh <i>E-service quality</i> dan <i>Customer experience</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	111
3.4	Pembahasan.....	117
3.4.1	Pengaruh <i>E-service quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	117
3.4.2	Pengaruh <i>Customer experience</i> Terhadap Keputusan Pembelian	119
3.4.3	Pengaruh <i>E-service quality</i> dan <i>Customer experience</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	120
	BAB IV PENUTUP.....	122
4.1	Kesimpulan	122
4.2	Saran.....	123
	DAFTAR PUSTAKA	126
	LAMPIRAN.....	130

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tingkat Popularitas Aplikasi Pesan-Antar Makanan di Indonesia Pada Tahun 2021	4
Tabel 1. 2. Presentase Pengguna Aplikasi Pesan-Antar di Indoensia Pada Tahun 2021.....	4
Tabel 1. 3 GMV Layanan Pesan Antar Makanan oleh Grab, Gojek, Shopee, di Asia Tenggara pada 2021	5
Tabel 1. 4 Skor GoFood	5
Tabel 1. 5 Keluhan Konsumen Terkait <i>E-service quality</i> dan <i>Customer experience</i> (2020-2022).....	9
Tabel 1. 6 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 1. 7 Definisi Operasional	31
Tabel 1. 8 Skala Likert	35
Tabel 1. 9 Koefisien Korelasi.....	38
Tabel 2. 1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 2. 2 Identitas Responden Berdasarkan Departemen.....	51
Tabel 2. 3 Identitas Responden Berdasarkan Angkatan.....	52
Tabel 2. 4 Identitas Responden Berdasarkan Uang Saku Per bulan	53
Tabel 2. 5 Identitas Responden Berdasarkan Pemesanan Berdasarkan Rating <i>Merchant</i>	53
Tabel 2. 6 Identitas Responden Berdasarkan Jumlah Pemesanan Dalam Seminggu (Kurun Waktu Satu Tahun Terakhir)	54
Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas <i>E-service quality</i>	55
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas <i>Customer experience</i>	56
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	57
Tabel 3. 4 Uji Reliabilitas <i>E-service quality</i>	59
Tabel 3. 5 Uji Reliabilitas <i>Customer experience</i>	59
Tabel 3. 6 Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	60
Tabel 3. 7 Hasil Uji Reliabilitas	60
Tabel 3. 8 Deskripsi Produk dan Foto Produk Yang Memudahkan Pengguna.....	61
Tabel 3. 9 Kemudahan Penggunaan Aplikasi yang Ramah Pengguna	63
Tabel 3. 10 Estimasi Waktu Layanan GoFood	64
Tabel 3. 11 Jaminan Keamanan	65
Tabel 3. 12 Rata-Rata Jawaban Konsumen Terkait <i>E-service quality</i>	66
Tabel 3. 13 Kategorisasi <i>E-service quality</i>	68
Tabel 3. 14 Kemudahan Mengakses Layanan GoFood Pada Aplikasi Gojek	70
Tabel 3. 15 Fitur-Fitur Memudahkan Pengguna	71
Tabel 3. 16 Review Memudahkan Dalam Melihat Penilaian	72
Tabel 3. 17 Penyesuaian Produk dengan Kebutuhan Konsumen.....	73
Tabel 3. 18 Metode Pembayaran yang Beragam	74
Tabel 3. 19 Keamanan Pembayaran.....	75
Tabel 3. 20 Kerahasiaan Data yang Terjamin.....	76
Tabel 3. 21 Kepercayaan Dalam Melakukan Pembelian	77
Tabel 3. 22 <i>Customer Service</i> dan Penyelesaian Masalah	78

Tabel 3. 23 <i>Customer Service</i> Menjawab Pertanyaan Konsumen	79
Tabel 3. 24 Ragam Variasi Makanan	80
Tabel 3. 25 Rata-Rata Jawaban Konsumen Terkait <i>Customer experience</i>	81
Tabel 3. 26 Kategorisasi <i>Customer experience</i>	85
Tabel 3. 27 GoFood Menyediakan Berbagai Jenis Makanan Dan Minuman	88
Tabel 3. 28 Beragam <i>Merchant</i> pada GoFood	89
Tabel 3. 29 Bentuk Produk Unik Berdasarkan Foto dan Deskripsi Produk	90
Tabel 3. 30 Pemilihan Lokasi <i>Merchant</i> Untuk Memesan Makanan	90
Tabel 3. 31 Jumlah Pembelian Sesuai Kebutuhan	91
Tabel 3. 32 Jumlah Pembelian Mengikuti Ketentuan Promo	92
Tabel 3. 33 Pembelian GoFood Dilakukan Setiap Hari	93
Tabel 3. 34 Waktu Pembelian Tidak Menentu atau Kadang-Kadang	94
Tabel 3. 35 Waktu Pembelian Berdasarkan Keinginan	95
Tabel 3. 36 Pembayaran Tunai	96
Tabel 3. 37 Ketersediaan Pembayaran Non-Tunai	97
Tabel 3. 38 Rata-Rata Jawaban Konsumen Terkait Keputusan Pembelian	98
Tabel 3. 39 Kategorisasi Keputusan Pembelian	101
Tabel 3. 40 Koefisiensi Korelasi <i>E-service quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian	102
Tabel 3. 41 Analisis Regresi Linear Sederhana <i>E-service quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian	102
Tabel 3. 42 Koefisien Determinasi <i>E-service quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian	104
Tabel 3. 43 Uji t <i>E-service quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian	104
Tabel 3. 44 Koefisiensi Korelasi <i>Customer experience</i> Terhadap Keputusan Pembelian	107
Tabel 3. 45 Analisis Regresi Linear Sederhana <i>Customer experience</i> Terhadap Keputusan Pembelian	108
Tabel 3. 46 Koefisien Determinasi <i>Customer experience</i> Terhadap Keputusan Pembelian	109
Tabel 3. 47 Uji t <i>Customer experience</i> Terhadap Keputusan Pembelian	110
Tabel 3. 48 Koefisiensi Korelasi Berganda	112
Tabel 3. 49 Koefisiensi Regresi Linear Berganda	113
Tabel 3. 50 Koefisiensi Determinasi Berganda	114
Tabel 3. 51 Hasil Perhitungan Uji F	115

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Alasan Membeli Makanan <i>Online</i> (2019).....	3
Gambar 1. 2 Ulasan Terkait <i>E-service quality</i> dan <i>Customer experience</i>	8
Gambar 1. 3 Kerangka Hipotesis	29
Gambar 1. 4 Kurva Uji t.....	39
Gambar 1. 5 Kurva Uji F.....	40
Gambar 2. 1 Logo Gojek Solve	44
Gambar 2. 2 Logo Pertama Gojek	44
Gambar 2. 3 Logo Kedua Gojek	45
Gambar 3. 1 Kurva Hasil Uji Hipotesis 1 (<i>One Tailed</i>).....	106
Gambar 3. 2 Kurva Hasil Uji Hipotesis 2 (<i>One Tailed</i>).....	111
Gambar 3. 3 Hasil Uji F <i>E-service quality</i> dan <i>Customer experience</i> (<i>One Tailed</i>)	117

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian	131
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	132
Lampiran 3 Tabel Induk.....	136
Lampiran 4 Identitas Responden.....	140
Lampiran 5 Hasil Pengolahan Data SPSS.....	145
Lampiran 6 Uji Reliabilitas	150
Lampiran 7 Deskriptif Variabel	154
Lampiran 8 Pengaruh Antar Variabel	164
Lampiran 9 <i>Customer experience</i> Terhadap Keputusan Pembelian	167
Lampiran 10 <i>E-service quality</i> dan <i>Customer experience</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	170
Lampiran 11 Turnitin	173