

**PENGARUH KUALITAS INFORMASI DAN KEMUDAHAN
PENGUNAAN APLIKASI GRABFOOD TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN**

(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi S1 Universitas Sriwijaya Kampus

Palembang)



ASLI
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
5/10-21

Skripsi Oleh:

AUDI MAHENDRA

01011381621198

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Ekonomi

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

PALEMBANG

2021

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

**PENGARUH KUALITAS INFORMASI DAN KEMUDAHAN
PENGUNAAN APLIKASI GRABFOOD TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN**

(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi S1 Universitas Sriwijaya Kampus Palembang)

Disusun Oleh:

Nama : Audi Mahendra

NIM : 01011381621198

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui untuk digunakan dalam melanjutkan ujian komprehensif.

Dosen Pembimbing

Tanggal Persetujuan

Ketua

18 Juni 2021

Hj. Nofiwaty, S.E.,M.M

NIP.196911081994012001

Tanggal Persetujuan

Anggota

18 Juni 2021

Welly Nailis, S.E.,M.M

NIP.197407102008011011

ASLI
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
PALEMBANG

Handwritten signature and initials

Handwritten signature of Hj. Nofiwaty

Handwritten signature of Welly Nailis

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS INFORMASI DAN KEMUDAHAN
PENGUNAAN APLIKASI GRABFOOD TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN**

(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi S1 Universitas Sriwijaya Kampus Palembang)

Disusun Oleh:

Nama : Audi Mahendra
NIM : 01011381621198
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

ASLI
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI URSRI
20.21

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 6 Agustus 2021 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif

Palembang, 6 September 2021

Ketua

Anggota

Anggota

Hj. Nofiawaty, S.E., M.M
NIP.196911081994012001

Welly Nailis, S.E., M.M
NIP.19740710200801101

Dessy Yunita S.E., M.M., M.B.A
NIP.198106302014092003

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Isni Andriana, SE., M.Fin., Ph.D
NIP.197509011999032001

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Audi Mahendra
NIM : 01011381621198
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran



Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul:

PENGARUH KUALITAS INFORMASI DAN KEMUDAHAN PENGUNAAN APLIKASI GRABFOOD TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN

(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi S1 Universitas Sriwijaya Kampus Palembang)

Pembimbing

Ketua : Hj. Nofiawaty, S.E.,M.M

Anggota : Welly Nailis, S.E.,M.M

Tanggal Ujian : 6 Agustus 2021

Adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan saya ini tidak benar dikemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaaan.

Palembang, 6 September 2021



Audi Mahendra

NIM.01011381621198

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Some people dream of success, while others wake up every morning to make it happen”. – **Wayne Huizenga**

“You don’t have to be extraordinary to start, but you have to start to be extraordinary”. – **Zig Ziglar**

Kupersembahkan Kepada:

- Kedua Orang Tua Tercinta
- Keluarga Besar Heydir & Soedarsono
- Para Sahabat Seperjuangan
- Almamater Terhormat

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Informasi dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi GrabFood Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen”, studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi S1 Universitas Sriwijaya Kampus Palembang. Penulis menyusun skripsi ini untuk memenuhi persyaratan kelulusan dalam meraih gelar sarjana ekonomi program strata satu (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Kampus Palembang.

Skripsi ini membahas tentang pengaruh kualitas informasi dan kemudahan penggunaan aplikasi GrabFood terhadap keputusan pembelian konsumen (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi S1 Universitas Sriwijaya Kampus Palembang). Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, sehingga penulis membutuhkan adanya kritik dan saran yang membangun untuk evaluasi di masa yang akan datang.

Palembang, 6 September 2021
Penulis,



Audi Mahendra
NIM.01011381621198

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena telah memberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Pada kesempatan ini, secara khusus penulis dengan setulus hati mengucapkan terimakasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak atas doa, bimbingan, dukungan, motivasi dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis selama menempuh pendidikan strata satu (S1) ini, terutama kepada:

1. Allah SWT, atas segala berkat, rahmat, kemudahan, kelancaran dan petunjuk yang telah diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Isni Andriana, S.E., M.Fin selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Reza Ghasarma, S.E., M.M., M.B.A selaku Pengelola Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Kampus Palembang.
3. Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaf, MSCE selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
4. Prof. Dr. H. Taufiq Marwa, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
5. H. Taufik, SE., M.B.A selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dalam mengikuti perkuliahan.
6. Hj. Nofiauwaty, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing I Skripsi yang telah memberikan banyak waktu untuk membantu dan mendukung dalam penulisan skripsi ini.
7. Welly Nailis, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing II Skripsi yang telah bersedia mengorbankan waktu dan pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Dessy Yunita, S.E., M.M., M.B.A selaku Dosen Penguji Skripsi yang telah sangat membantu, mendukung, serta memberikan sumbangsih pemikirannya dalam penulisan skripsi ini.
9. Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya yang telah memberikan ilmunya semasa perkuliahan.

10. Pegawai Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya yang telah membantu jalannya kegiatan perkuliahan.
11. Keluarga (papa, mama, kakak dan ayuk) berkat doanya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
12. Rania Shakila Heydinal, penghibur bagi penulis selama penulisan skripsi.
13. Nina Triana sebagai teman hidup yang berarti bagi penulis.
14. Syahrul Syifa, sepupu yang menginspirasi.
15. Keluarga Besar Heydir & Soedarsono berkat dukungannya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
16. Aku, Dirimu, Dirinya (Alghifari, Andre, Bayu, Billy, Kevin, Nadi, Pai, Affikha, Anggia, Diana, Nanda dan Nurlidya) yang selalu membantu, menjaga, memberikan dukungan dan kenangan manis bagi penulis.
17. Sangga, Haikal, Dyandra, Fia, Indira, Maigita dan Nurmalia yang telah mengisi hari-hari penulis.
18. Andi dan Dimas yang telah selalu mengingatkan semasa perkuliahan.
19. Bobby dan Hamid, sahabat pejuang skripsi yang saling membantu.
20. Teman-teman Jurusan Manajemen Angkatan 2016 yang telah berjuang bersama.
21. Ikatan Mahasiswa Jurusan Manajemen (IMAJE) karena telah memberikan pengalaman baru dan pembelajaran mengembangkan diri pada organisasi.
22. Pihak lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Palembang, 6 September 2021
Penulis,



Audi Mahendra
NIM.01011381621198

ASLI

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS SRIWIJAYA

5/10.21

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS INFORMASI DAN KEMUDAHAN PENGUNAAN APLIKASI GRABFOOD TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN

(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi S1 Universitas Sriwijaya Kampus Palembang)

Skripsi Oleh:
Audi Mahendra

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas informasi dan kemudahan penggunaan aplikasi GrabFood berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi S1 Universitas Sriwijaya Kampus Palembang). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner dan disebarikan kepada 100 Mahasiswa Fakultas Ekonomi S1 Universitas Sriwijaya Kampus Palembang yang telah menggunakan aplikasi GrabFood. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji F, uji t, uji regresi berganda dan Uji R2. Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel kualitas informasi (X_1) dan kemudahan penggunaan (X_2) berpengaruh signifikan secara *simultan* terhadap keputusan pembelian konsumen (Y). Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas informasi (X_1) berpengaruh signifikan secara *parsial* terhadap variabel keputusan pembelian (Y), sedangkan variabel kemudahan penggunaan (X_2) tidak berpengaruh signifikan secara *parsial* terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

Kata Kunci: Kualitas Informasi dan Kemudahan Penggunaan, Keputusan Pembelian.

Ketua



Hj. Nofiawaty, S.E.,M.M

NIP.196911081994012001

Palembang, 6 September 2021
Anggota



Welly Nailis, S.E.,M.M

NIP.197407102008011011

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen



Isni Andriana, SE.,M.Fin.,Ph.D
NIP.197509011999032001

ASLI

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SRIWIJAYA

5/10.21

ABSTRACT

THE EFFECT OF INFORMATION QUALITY AND EASY OF USE OF THE GRABFOOD APPLICATION ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS

(Study On Undergraduate Students Of The Faculty Of Economics, Sriwijaya University, Palembang Campus)

Thesis By:
Audi Mahendra

This study aims to determine whether the quality of information and the ease of use of the GrabFood application effect consumer purchasing decisions (Study On Undergraduate Students Of The Faculty Of Economics, Sriwijaya University, Palembang Campus). The data collection technique used in this study was using a questionnaire and distributed to 100 students of the Faculty of Economics S1 Sriwijaya University Palembang Campus who had used the GrabFood application. The sampling technique used in this research is non-probability sampling with purposive sampling method. The data analysis technique used is the F test, t test, multiple regression test and R2 test. The results of the F test show that the variables of information quality (X_1) and ease of use (X_2) have a significant simultaneous effect on consumer purchasing decisions (Y). The results of the t test indicate that the information quality variable (X_1) has a partially significant effect on the purchasing decision variable (Y), while the ease of use variable (X_2) has no partial significant effect on the purchasing decision variable (Y).

Keywords: Information Quality and Ease of Use, Purchase Decision.

Palembang, 6 September 2021
Member

Head of Advisor



Hj. Nofiawaty, S.E.,M.M

NIP.196911081994012001



Welly Nailis, S.E.,M.M

NIP.197407102008011011

Knowing,

Head of Management Department



Isni Andriana, SE.,M.Fin.,Ph.D

NIP.197509011999032001

LEMBAR PERSETUJUAN ABSTRAK

Kami dosen pembimbing skripsi menyatakan bahwa abstrak skripsi dalam bahasa Inggris atas mahasiswa:

Nama : Audi Mahendra

NIM : 01011381621198

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi :

PENGARUH KUALITAS INFORMASI DAN KEMUDAHAN PENGUNAAN APLIKASI GRABFOOD TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN

(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi SI Universitas Sriwijaya Kampus Palembang)

Telah kami periksa cara penulisan *grammar*, maupun susunan *tenses*-nya dan kami setuju untuk ditempatkan pada lembar abstrak.

Pembimbing Skripsi

Ketua,

Anggota,



Hj. Nofiawaty, S.E., M.M

Welly Nailis, S.E., M.M

NIP.196911081994012001

NIP.197407102008011011

RIWAYAT HIDUP

Nama Mahasiswa : Audi Mahendra
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Tempat/Tanggal Lahir : Palembang 24-September-1998
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat : Bukit Sejahtera Blok ES-07
E-mail : audimahendra24@gmail.com
Pendidikan Formal
TK : TK Islam Az-Zahra Palembang
SD : SD Islam Az-Zahra Palembang
SMP : SMP Islam Az-Zahra 2 Palembang
SMA : SMA Negeri 10 Palembang
Pengalaman Organisasi: Anggota Ikatan Mahasiswa Jurusan Manajemen (IMAJE)



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMAKASIH.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT.....	x
LEMBAR PERSETUJUAN ABSTRAK.....	xi
RIWAYAT HIDUP	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xx
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	10

1.4 Manfaat Penelitian	11
------------------------------	----

BAB II STUDI KEPUSTAKAAN

2.1 Kualitas Informasi (<i>Information Quality</i>).....	12
2.2 Kemudahan Penggunaan (<i>Perceive Ease of Use</i>).....	14
2.3 Keputusan Pembelian (<i>Buying Decision</i>)	15
2.4 Penelitian Terdahulu	16
2.5 Kerangka Pemikiran.....	21
2.6 Hipotesis	21

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	23
3.2 Rancangan Penelitian.....	23
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	24
3.3.1 Jenis Data.....	24
3.3.2 Sumber Data	24
3.4 Tehnik Pengumpulan Data.....	25
3.5 Populasi dan Sampel	25
3.5.1 Populasi	25
3.5.2 Sampel	25

3.6 Uji Instrumen	27
3.6.1 Uji Validitas	27
3.6.2 Uji Reliabilitas	28
3.7 Tehnik Analisis Data.....	28
3.7.1 Uji Hipotesis	29
3.7.1.1 Uji F (<i>Simultan</i>).....	29
3.7.1.2 Uji t (<i>Parsial</i>)	29
3.7.1.3 Uji Regresi Berganda	30
3.7.1.4 Uji R ² (Koefisien Determinasi)	31
3.8 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	31
3.8.1 Definisi Operasional	31
3.8.2 Pengukuran Variabel	32

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Responden	34
4.1.1 Profil Responden	34
4.1.1.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	34
4.1.1.2 Karakteristik Berdasarkan Jurusan.....	35
4.1.1.3 Karakteristik Berdasarkan Pengeluaran	36

4.1.1.4 Karakteristik Berdasarkan Rekomendasi	37
4.1.1.5 Karakteristik Berdasarkan Keunggulan Utama	38
4.1.1.6 Karakteristik Berdasarkan Metode Pembayaran	39
4.1.1.7 Karakteristik Berdasarkan Kurun Waktu Penggunaan.....	39
4.2 Analisis Deskriptif Variabel.....	41
4.2.1 Variabel Kualitas Informasi (X_1)	41
4.2.2 Variabel Kemudahan Penggunaan (X_2)	45
4.2.3 Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	47
4.3 Uji Instrumen	50
4.3.1 Uji Validitas.....	50
4.3.2 Uji Reliabilitas	52
4.4 Uji Hipotesis	53
4.4.1 Uji F (<i>Simultan</i>)	53
4.4.2 Uji t (<i>Parsial</i>).....	54
4.4.3 Uji Regresi Berganda.....	55
4.4.4 Uji R ² (Koefisien Determinasi).....	57
4.5 Pembahasan Hasil	58
4.5.1 Pengaruh (X_1) dan (X_2) Terhadap (Y).....	58

4.5.2 Pengaruh (X_1) Terhadap (Y).....	59
4.5.3 Pengaruh (X_2) Terhadap (Y).....	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN.....	69

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	32
Tabel 3.2 Kategori Skala Semantic Differential	33
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan.....	35
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran	36
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Rekomendasi	37
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Keunggulan Utama.....	38
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Metode Pembayaran.....	39
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Kurun Waktu Penggunaan..	40
Tabel 4.8 Kategori dalam Skala Semantic Differential	41
Tabel 4.9 Respon Terhadap Variabel Kualitas Informasi (X_1)	42
Tabel 4.10 Respon Terhadap Variabel Kemudahan Penggunaan (X_2)	45
Tabel 4.11 Respon Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	47
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas.....	51
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 4.14 Hasil Uji F (Simultan)	53

Tabel 4.15 Hasil Uji t (Parsial)	54
Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Berganda.....	56
Tabel 4.17 Hasil Uji R ² (Koefisien Determinasi).....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengunduh Aplikasi Grab dan Gojek Tahun 2020	1
Gambar 1.2 Infografik Cuitan Warganet Terkait GrabFood dan GoFood	8
Gambar 1.3 Cuitan Positif	8
Gambar 1.4 Cuitan Negatif	8
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	21
Gambar 3.1 Skala Semantic Differential	33
Gambar 4.1 Skala Semantic Differential	41

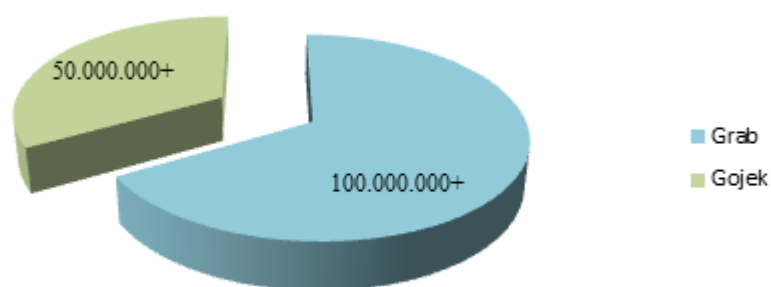
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Gaya hidup masyarakat yang cenderung ingin praktis menciptakan peluang bisnis baru di sektor industri makanan, yaitu jasa pesan antar makanan *online*. Terdapat dua penyedia jasa transportasi *online* yang paling terkenal di kota Palembang bersaing ketat menghadirkan fitur tambahan untuk pesan antar makanan secara *online* didalam aplikasi mereka, yaitu Grab dengan fitur GrabFood dan GoJek dengan fitur GoFood (Iisnawati et al., 2019).

Perusahaan Grab dan GoJek mulai banyak dikenal di Palembang sejak tahun 2017. Jumlah pengunduh aplikasi Grab dan GoJek di tahun 2020 terus meningkat, adapun grafik yang dibuat dan diolah peneliti terkait jumlah pengunduh aplikasi Grab dan GoJek bersumber dari (Store, 2020) sebagai berikut:



Gambar 1.1 Jumlah Pengunduh Aplikasi Grab dan Gojek Tahun 2020

Sumber: Data diolah oleh penulis Maret 2020

Berdasarkan gambar 1.1 diketahui bahwa jumlah pengunduh aplikasi Grab berjumlah 100.000.000+ pengguna dan disusul GoJek dengan 50.000.000+ pengguna. Demikian ditarik kesimpulan, jika hingga periode 2020 Grab lebih unggul dibanding GoJek dalam jumlah pengunduh aplikasi pada *smartphone* di Google Play Store.

Menurut data dari *Spire Research and Consulting* (itech, 2019), Grab dan GoJek memiliki persaingan yang sengit. Keduanya saling salip-menyalip dalam mengembangkan layanan serta meningkatkan kualitas masing-masing. Tentu saja harapannya agar dapat memperoleh jumlah pengguna yang lebih banyak dibanding pesaing. Hasil survei yang dilakukan *Spire Research and Consulting* menyebutkan bahwa GoFood dari GoJek merupakan pesaing Grab yang masih memimpin sejauh ini. Sebanyak 35% responden menyebutkan bahwa GoFood merupakan layanan yang paling sering mereka gunakan, sementara 27% responden menyatakan memilih GrabFood dari Grab (Muslim, 2019).

Grab adalah perusahaan penyedia jasa transportasi dan kurir. Pertama kali didirikan di Malaysia pada tahun 2016, kemudian memindahkan kantor pusatnya ke Singapura. Kini Grab telah ber-ekspansi ke berbagai negara di Asia tidak terkecuali Indonesia. Grab menjadi *start-up* pertama di Asia Tenggara yang memiliki valuasi perusahaan sebesar 10 miliar US dolar. Grab kini juga telah hadir di 234 kota di Indonesia, dari Sabang sampai Merauke termasuk Palembang. Fitur layanan Grab yang hadir di Palembang diantaranya: GrabFood, GrabMart, GrabExpress, GrabCar, dan GrabBike.

GrabFood merupakan salah satu fitur dalam aplikasi Grab yang menghadirkan layanan jasa dalam bentuk *delivery* makanan. *Driver* Grab menjadi pihak ketiga antara pemesan dengan restoran. Hadirnya jasa *delivery* ini menjadi fenomena tersendiri bagi masyarakat *modern*, terutama remaja masa kini.

Konsumen kini lebih memilih memesan makanan melalui aplikasi layanan jasa *delivery* daripada datang secara langsung ke restoran, hal tersebut disebabkan karena memesan makanan melalui aplikasi layanan jasa *delivery* dapat mengetahui rincian produk dengan lebih jelas dan mudah. Konsumen dapat mengetahui *detail* produk yang dicari dengan lebih rinci karena sudah tertera dalam sistem aplikasi, sehingga tidak perlu datang secara langsung ke restoran yang memakan waktu dan biaya perjalanan. Antrian panjang juga menjadi salah satu faktor mengapa konsumen lebih memilih memesan makanan melalui aplikasi layanan jasa *delivery* seperti GrabFood.

Memesan makanan melalui aplikasi layanan jasa *delivery* seperti GrabFood ini sejalan dengan indikator dalam dimensi kualitas informasi, sebagaimana menurut Bambang Hartono dalam buku Sistem Informasi Manajemen Berbasis Komputer (Hartono, 2013) menyebutkan 8 indikator kualitas informasi diantaranya:

1. Relevansi, informasi yang disediakan atau disajikan dapat untuk digunakan. Informasi mengenai seluruh *merchant* yang terdaftar dalam aplikasi GrabFood ditampilkan secara lengkap. Mulai dari lokasi

merchant, menu-menu yang tersedia maupun yang sedang tidak tersedia, hingga promo-promo yang sedang berlaku.

2. Kelengkapan dan keluasan, informasi yang tersaji lengkap dalam cakupan yang luas. Informasi yang ditampilkan mengenai seluruh *merchant* tersedia secara luas (tidak hanya menampilkan *merchant-merchant* dengan lokasi yang paling dekat dengan pelanggan).
3. Kebenaran, informasi berasal dari data yang dapat dibuktikan. Seluruh informasi yang ditampilkan dalam aplikasi GrabFood dipastikan benar karena setiap informasi terkait layanan, dikontrol langsung oleh GrabFood dan masing-masing *merchant*.
4. Terukur, informasi berasal dari data atau hasil pengukuran dan pencatatan terhadap fakta. Seluruh informasi yang tersaji dalam aplikasi GrabFood sesuai dengan fakta dari hasil pengukuran sehingga pelanggan tidak perlu meragukannya.
5. Keakuratan, informasi yang diberikan akurat berasal dari hasil pengukuran dan pencatatan terhadap fakta. Saat pelanggan melihat informasi yang disajikan, tentu saja informasi tersebut tepat sesuai dengan fakta yang ada. Contohnya jarak tempuh dari lokasi *merchant* ke alamat tujuan pelanggan, jarak tersebut sudah melalui pengukuran dan pencatatan yang akurat agar tidak menimbulkan keraguan bagi pelanggan.
6. Kejelasan, informasi yang disajikan dalam berbagai bentuk dapat dengan mudah dipahami. Informasi-informasi yang ada dibuat dan disajikan kedalam bentuk yang *simple* namun tidak mengurangi nilainya, sehingga

aplikasi GrabFood tetap menampilkan informasi yang jelas dan tentu saja menarik.

7. Keluwesan, informasi yang tersaji dapat dengan mudah berubah sesuai dengan situasi. Seperti halnya saat menu makanan yang ditampilkan habis, tampilan informasi akan segera berubah sesuai dengan situasi yang ada. Sehingga tidak menimbulkan kesalahpahaman pada pelanggan dalam proses pemilihan pesanan.
8. Ketepatan waktu, informasi yang disajikan tepat. Fitur GrabFood dalam aplikasi Grab menampilkan estimasi waktu pengantaran makanan dari lokasi *merchant* ke alamat tujuan pelanggan. Hal tersebut bertujuan agar pelanggan mengetahui jarak waktu pengantaran makanan.

Dimensi kualitas informasi memiliki keterkaitan dengan dimensi kemudahan penggunaan, dimana dimensi kemudahan penggunaan sama berpengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen. Kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan membebaskannya dari semacam usaha (Jogiyanto, 2007). Artinya seseorang akan menggunakan teknologi apabila dapat memudahkannya dalam melakukan sesuatu. Adapun manfaat kemudahan yang didapat dari penggunaan aplikasi layanan jasa *delivery* makanan seperti GrabFood, diantaranya:

1. Hemat waktu

Dengan aplikasi GrabFood, waktu yang digunakan untuk memesan makanan dapat dialokasikan untuk menyelesaikan pekerjaan yang lain.

2. Praktis

Cukup membuka aplikasi GrabFood, semua proses yang melelahkan dapat selesai dalam beberapa sentuhan.

3. Pesanan datang lebih cepat

Sistem pemberian *order* yang diatur dari operator aplikasi GrabFood, umumnya memprioritaskan *driver* yang paling dekat dengan lokasi restoran. Ini diterapkan agar proses *delivery* makanan menjadi lebih cepat sampai ke tangan konsumen.

4. Lebih leluasa dalam menentukan pilihan

Tidak sedikit orang kerap dilanda kebingungan saat hendak menentukan pilihan, terutama jika restoran tersebut baru pertama kali dikunjungi yang pada akhirnya berdampak kepada pilihan yang keliru. Maka dari itu memesan melalui aplikasi *online* adalah cara yang paling bijak karena konsumen dapat lebih leluasa memilih restoran yang diinginkan dengan pilihan menu dan harga yang sudah disesuaikan.

Dimensi kemudahan penggunaan (*perceive ease of use*) dalam aplikasi GrabFood ini sejalan dengan 6 indikator yang dikemukakan oleh Prof. Jogiyanto dalam buku Sistem Informasi Keperilakuan (Jogiyanto, 2007), diantaranya:

1. Mudah dipelajari, aplikasi mudah dipelajari sehingga pengguna mampu beradaptasi atau memahami aplikasi tersebut. Untuk membantu pengguna baru dalam mempelajari aplikasinya, GrabFood memberikan petunjuk disaat pengguna pertama kali membuka aplikasi.

2. Terkendali, aplikasi mudah dikendalikan atau dikontrol sesuai keinginan pengguna. Pengguna diberikan kemudahan berupa kontrol atas keinginannya masing-masing pada saat menggunakan aplikasi GrabFood.
3. Jelas dan dapat dipahami, aplikasi jelas dan dapat dipahami baik dari segi tampilan ataupun pengoperasian. Ketika pertama kali membuka aplikasi, terdapat petunjuk langkah dalam penggunaan yang jelas dan mudah dipahami oleh pengguna baru. Terdapat juga dalam tampilan opsi pilihan berupa logo disertai keterangan guna semakin mempermudah pengguna dalam mencari kebutuhannya.
4. Fleksibel, aplikasi dapat diakses kapanpun sesuai keinginan pengguna. Aplikasi GrabFood dapat diakses kapanpun pengguna ingin.
5. Mudah untuk menjadi terampil, aplikasi mudah dipahami sehingga pengguna dapat menguasai penggunaan aplikasi tersebut. Kemudahan dalam pengaplikasian menjadikan pengguna semakin terampil. Semua umur dapat dengan mudah memahami apabila tampilan ataupun pengoperasian aplikasi diberikan dengan kesan yang *simple*.
6. Aplikasi mudah digunakan, aplikasi mudah digunakan sehingga pengguna tidak merasa kesulitan dalam pengoperasiannya. Dalam pengoperasian aplikasi GrabFood dapat dikatakan mudah karena tampilan yang disajikan jelas dan lengkap sehingga pengguna tidak akan kesulitan.



Gambar 1.2 Infografik Cuitan Warganet Terkait GrabFood dan GoFood

Sumber: Jumlah cuitan dalam aplikasi Twitter, dirangkum oleh (Putri, 2019)

Gambar 1.2 menunjukkan selama periode Juli 2019, 71,8 ribu akun menuliskan cuitan terkait GrabFood dan GoFood dengan total penayangan sebanyak 67,5 juta kali. Persebaran pengguna dengan jenis kelamin laki-laki mendominasi jumlahnya dibanding pengguna perempuan. Perangkat yang digunakan didominasi *mobile phone* 91% sedangkan *website* 9%.



Gambar 1.3 Cuitan Positif

Sumber: Cuitan dalam aplikasi Twitter, dirangkum oleh (Putri, 2019)



Gambar 1.4 Cuitan Negatif

Sumber: Cuitan dalam aplikasi Twitter, dirangkum oleh (Putri, 2019)

Cuitan positif warganet pada gambar 1.3 membahas mengenai salah satu nilai lebih yang dimiliki GrabFood yaitu banyaknya voucher promo yang diberikan. Nilai lebih lainnya yang dimiliki GrabFood dibanding pesaingnya (GoFood) antara lain; potongan harga yang menggiurkan, ongkos kirim yang lebih murah, dan disetiap transaksi yang pembayarannya menggunakan OVO, pengguna akan mendapatkan poin (poin yang telah terkumpul dapat dipergunakan kembali dalam transaksi).

Sebagai data pendukung, peneliti menyebarkan Google Form ke 17 Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Sriwijaya Kampus Palembang untuk mengetahui hal yang mendasari konsumen dalam memilih aplikasi layanan jasa *delivery* makanan dan hasilnya sebagai berikut:

1. 70,6% memilih GrabFood sebagai aplikasi yang memberikan banyak voucher promo dibanding aplikasi GoFood dengan 29,4%.
2. 70,6% menganggap potongan harga yang terdapat dalam aplikasi GrabFood lebih menggiurkan ketimbang aplikasi GoFood dengan 29,4%.
3. 58,8% beranggapan ongkos kirim yang terdapat dalam aplikasi GrabFood lebih murah dibanding aplikasi GoFood dengan 41,2%
4. 70,6% memilih OVO (GrabFood) sebagai metode pembayaran yang paling menguntungkan karena mendapat point dari setiap transaksi yang dapat dipergunakan kembali.

Penelitian mengenai GrabFood yang masih minim terutama di lingkungan Mahasiswa Fakultas Ekonomi S1 Universitas Sriwijaya Kampus Palembang, membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “***Pengaruh Kualitas Informasi dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi GrabFood Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen***”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas informasi (X_1) dan kemudahan penggunaan (X_2) secara *simultan* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) konsumen pada aplikasi GrabFood?
2. Apakah kualitas informasi (X_1) secara *parsial* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) konsumen pada aplikasi GrabFood?
3. Apakah kemudahan penggunaan (X_2) secara *parsial* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) konsumen pada aplikasi GrabFood?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui apakah kualitas informasi (X_1) dan kemudahan penggunaan (X_2) berpengaruh signifikan secara *simultan* terhadap keputusan pembelian (Y) konsumen melalui aplikasi GrabFood.
2. Mengetahui apakah kualitas informasi (X_1) berpengaruh signifikan secara *parsial* terhadap keputusan pembelian (Y) konsumen melalui aplikasi GrabFood.

3. Mengetahui apakah kemudahan penggunaan (X_2) berpengaruh signifikan secara *parsial* terhadap keputusan pembelian (Y) konsumen melalui aplikasi GrabFood.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Dapat membuka wawasan bagi peneliti tentang penelitian yang bersifat alamiah mengenai pengaruh kualitas informasi (X_1) dan kemudahan penggunaan (X_2) aplikasi GrabFood terhadap keputusan pembelian (Y) konsumen.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dapat dijadikan bahan referensi dan tambahan informasi bagi peneliti selanjutnya terutama yang berhubungan dengan kualitas informasi (X_1) dan kemudahan penggunaan (X_2) aplikasi GrabFood terhadap keputusan pembelian (Y) konsumen.

3. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna bagi perusahaan dalam meningkatkan kualitas informasi (X_1) dan kemudahan penggunaan (X_2) aplikasi GrabFood terhadap keputusan pembelian (Y) konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- GO-FOOD dan GrabFood, Siapa yang Berkuasa?* (2019, Februari 19). Diambil kembali dari Warta Ekonomi .co.id: <https://www.wartaekonomi.co.id/read216299/go-food-dan-grabfood-siapa-yang-berkuasa>
- (2020, April 14). Diambil kembali dari Google Play Store: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.grabtaxi.passenger>
- Anggraeni, P., & Madiawati, P. N. (2016). *Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs www.traveloka.com.*
- Angkat, D. W., & M.S.i, D. E. (2018). *Pengaruh Kemudahan, Kualitas Informasi, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Lazada.*
- Ayuningtiyas, K., & S.E., M.Sc., H. G. (2018). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam.*
- Bambang, D. H. (2013). *Sistem Informasi Manajemen Berbasis Komputer.* Jakarta, Indonesia: PT Rineka Cipta.
- Cahya, P. (2019, Februari 19). *Millennials Kecanduan Pesan Antar Makanan, Hemat Waktu atau Malas?*

- English, L. (1999). *Improving Data Warehouse And Business Information Quality*. New York: John Wiley & Sons.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi (7 ed.)*. Semarang, Indonesia: Universitas Diponegoro.
- H, K. R., Astuti, E. S., & Susilo, H. (2015). *Pengaruh Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Dan Keputusan Pembelian Secara Online (Survei Pada Konsumen www.ardiansmx.com)*.
- Hakim, L. A. (2007). *Information Quality Management: Theory And Applications*. (L. A. Hakim, Ed.) Queensland, Australia: Idea Group.
- Hartono, B. (2013). *Sistem Informasi Manajemen Berbasis Komputer*. Jakarta, Indonesia: Rineka Cipta.
- Hatta, H., & Salman, M. (2016). *Keputusan Pembelian: Pengaruh Kualitas Informasi Dan Komunitas Virtual Samsung Galaxy Tab Di E-Commerce*.
- HM, P. J. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta, Indonesia: Penerbit Andi.
- Iisnawati, Rosa, A., Yunita, D., & Hartati. (2019, Desember). Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Pesan Antar Makanan Online Di Palembang. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 17 (3).
- itech. (2019, January 30). Spire Indonesia: Persaingan Sengit Grab Dan Go-Jek.

- Jogiyanto, H. (2007). *Sistem Informasi Keprilakuan*. Yogyakarta, Indonesia: Andi.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13 ed.). (A. Maulana, W. Hardani, Penyunt., & B. Sabran, Penerj.) Jakarta, Indonesia: Erlangga.
- Lemeshow, S., Jr, D. H., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1990). *Adequacy Of Sample Size In Health Studies*. Chichester: John Wiley & Sons Ltd.
- Limpo, L., & Meryana. (2017). *Effect Of Trust And Easy On Decision Online Purchase Toward Special Fashion Products*.
- Lippeveld, T., Sauerborn, R., & Bodart, C. (2000). *Design And Implementation Of Health Information Systems*. (T. Lippeveld, R. Sauerborn, & C. Bodart, Eds.) Geneva, Switzerland: World Health Organization.
- Muslim, A. (2019, Januari 30). Survei Spire: Layanan Grab Lebih Disukai Pengguna.
- Nazarudin, H., & Pela, Y. (2016). *Pengaruh Kemudaha Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Sacara Online Di Situs D'BC Network Orifline*.
- Online, R. W. (2019, Februari 19). GO-FOOD dan GrabFood, Siapa yang Berkuasa? (V. Fadil, Penyunt.)
- Palupi, D. H. (2019, Juni 30). Membedah Booming GoFood dan GrabFood.

- Pratama, R. I., Megadini, D. D., & Kusriandini, T. (2019). *Effect Of Perceived Ease Of Use, Word-Of-Mouth Communication, And Brand Image On Decision To Use Lazada E-Commerce Services.*
- Putri, A. (2019, Agustus 02). *Oh GoFood, Oh GrabFood . . . Pilih Mana Ya?* Diambil kembali dari Netray's Blog: <https://blog.netray.id/oh-gofood-oh-grabfood/>
- Ramadhan, B. (2020, Februari 16). *Data Internet di Indonesia dan Perilakunya.* Diambil kembali dari TEKNOIA: <https://teknoia.com/data-internet-di-indonesia-dan-perilakunya-880c7bc7cd19>
- Ritonga, N., Endang, S. A., & Sunarti. (2019). *The Iinfluence Of Perceived Ease Of Use, Discount, And Perceived Usefulness On Intention To Use Grab Aplication And It's Impact On Purchase Decision Of Grab Services.*
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisinis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian.* Jakarta, Indonesia: Salemba Empat.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi Dan R & D.*
- Suhardi, D., & Taufik, N. (2018). *The Analysis Of Ease Of Use, Trust And Website Quality Towards Purchasing Decision In Lazada.co.id.*
- Tjahyadi, A. (2019, September 24). *Memilih menggunakan Go-Food atau GrabFood? Apa alasanmu?* Diambil kembali dari Quora:

<https://id.quora.com/Memilih-menggunakan-Go-Food-atau-GrabFood-Apa-alasanmu>

Werdiningsih, S. (2019, September 02). *Memilih menggunakan Go-Food atau GrabFood? Apa alasanmu?* Diambil kembali dari Quora: <https://id.quora.com/Memilih-menggunakan-Go-Food-atau-GrabFood-Apa-alasanmu>