

# **INFLUENCE OF GRAB FOOD SERVICE QUALITY ON THE PURCHASE DECISION PROCESS AT LOVING HUT EXPRESS**

NICHOLAV OCTACHIO

1701010002

## *Abstract*

*Internet users in the world are increasing day by day, especially in Indonesia. Based on a survey conducted by the Association of Indonesian Internet Service Providers (APJII), the number of internet users in Indonesia is 196.17 million. With the increasing use of the internet, more and more applications are emerging that are engaged in transportation services. Quoted from the [katadata.co.id](http://katadata.co.id) website, the most widely used transportation service applications in Indonesia are Grab and Gojek. Both offer services for transportation of people, goods, food and others. Since 2020, Indonesia has been faced with the COVID-19 pandemic which has changed consumer behavior where when people want to enjoy certain culinary delights, they will immediately go to the restaurant to order and eat on the spot. After the pandemic, the government urges people to bring food orders home so as not to cause crowds that can result in the transmission of the COVID-19 virus. Of course, this has an impact on the increase in application users such as Grab, Gojek and others.*

*The purpose of this study was to determine whether there is a significant effect of the quality of Grab-Food services on purchasing decisions at Loving Hut Express. The research method that will be used in this research is the correlational method with a quantitative approach. Samples were taken as many as 70 people with purposive sampling technique.*

*The result of this research is that the service quality of Grab-Food has a significant positive effect on purchasing decisions at Loving Hut Express partially, this is evidenced by a simple linear regression analysis that produces a constant value of 23,583 and service quality of 0.194. With a percentage of 61.6% influencing purchasing decisions and the remaining 38.4% influenced by other variables not examined.*

*Keywords: Purchase decision and service quality*

# **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN GRAB FOOD TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN DI LOVING HUT EXPRESS**

NICHOLAV OCTACHIO

1701010002

## **Abstrak**

Pengguna internet di dunia semakin hari semakin bertambah banyak khususnya di Indonesia. Berdasarkan survei yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia berjumlah sebanyak 196,17 juta jiwa. Dengan bertambahnya penggunaan internet maka semakin banyak bermunculan aplikasi yang bergerak di bidang layanan transportasi. Dikutip dari website [katadata.co.id](http://katadata.co.id), aplikasi layanan transportasi yang paling banyak digunakan di Indonesia adalah Grab dan Gojek. Keduanya menawarkan layanan transportasi manusia, barang, makanan dan lain-lainnya. Sejak tahun 2020 Indonesia dihadapkan dengan pandemi *COVID-19* yang merubah perilaku konsumen yang dimana ketika masyarakat ingin menikmati kuliner tertentu, mereka akan langsung mendatangi restoran tersebut untuk memesan dan makan di tempat. Setelah pandemi, pemerintah menghimbau agar masyarakat membawa pulang pesanan makanan supaya tidak menimbulkan kerumunan yang dapat mengakibatkan penularan virus *COVID-19*. Tentunya ini berdampak terhadap kenaikan pengguna aplikasi seperti Grab, Gojek dan lain-lainnya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan Grab-Food terhadap keputusan pembelian di Loving Hut Express. Metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode korelasional dengan pendekatan kuantitatif. Sampel diambil sebanyak 70 orang dengan teknik *purposive sampling*.

Hasil dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan Grab-Food berpengaruh signifikan secara positif terhadap keputusan pembelian di Loving Hut Express secara parsial, ini dibuktikan dengan analisis regresi linear sederhana yang menghasilkan nilai konstan sebesar 23,583 dan kualitas pelayanan sebesar 0,194. Dengan persentase 61,6% mempengaruhi keputusan pembelian dan 38,4% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

**Kata Kunci:** Keputusan pembelian dan kualitas pelayanan