

ABSTRAK

Maysarah. Analisis pengaruh diskon harga dan kemudahan pengguna aplikasi terhadap keputusan pembelian *online food delivery* di kota Medan. Dibimbing oleh Enty Evasari Simanjuntak, SE, M.S.M dan Binsar Sihombing, SE, M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh diskon harga dan kemudahan pengguna aplikasi terhadap keputusan pembelian *online food delivery* di kota Medan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Sampel penelitian 111 responden yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara langsung dan online. Analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa diskon harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya semakin sering diskon harga ditawarkan semakin menurunkan keputusan pembelian. Kemudahan pengguna aplikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya semakin mudah suatu aplikasi digunakan maka semakin tinggi keputusan pembelian. Secara simultan, kedua variabel ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan kemudahan pengguna aplikasi menjadi faktor paling dominan. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan kenyamanan dan kemudahan pengguna aplikasi lebih efektif mendorong keputusan pembelian dibandingkan strategi diskon harga yang terlalu sering ditawarkan.

Kata kunci: Diskon harga, Kemudahan pengguna aplikasi, keputusan pembelian, *online food delivery*

ABSTRACT

Maysarah. *Analysis of the influence of price discounts and app user friendliness on online food delivery purchasing decisions in Medan. Supervised by Enty Evasari Simanjuntak, SE, M.S.M., and Binsar Sihombing, SE, M.Si.*

This study aims to analyze the influence of price discounts and app user friendliness on online food delivery purchasing decisions in Medan. This study used a quantitative method with a causal associative approach. The sample consisted of 111 respondents obtained through in-person and online questionnaires. Data analysis was performed using multiple linear regression using SPSS. The results showed that price discounts had a negative and significant effect on purchasing decisions, meaning that the more frequently price discounts were offered, the lower the purchase decision. App user friendliness had a positive and significant effect on purchasing decisions, meaning that the easier an app is to use, the higher the purchase decision. Simultaneously, these two variables had a positive and significant effect on purchasing decisions, with app user friendliness being the most dominant factor. These findings confirm that increasing app convenience and app user friendliness are more effective in driving purchasing decisions than frequently offering price discounts.

Keywords: Price discounts, App user friendliness, purchasing decisions, online food delivery