

ABSTRAK

Shopee Food merupakan salah satu layanan pesan antar makanan secara daring baru yang sedang diminati di Indonesia. Berkurangnya intensitas promosi dan besarnya diskon, dan ketidaklengkapan informasi produk ditakutkan dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh promosi penjualan melalui diskon dan kualitas informasi produk terhadap keputusan pembelian Shopee Food. Penelitian ini menggunakan Teori Kemungkinan Elaborasi, konsep yang digunakan promosi penjualan, kualitas informasi produk dan keputusan pembelian. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner serta analisis dengan SPSS. Pada penelitian ini peneliti menggunakan 3 variabel yaitu variabel promosi penjualan melalui diskon sebagai variabel x_1 , kualitas informasi produk sebagai variabel x_2 , dan keputusan pembelian sebagai variabel y . Hasil penelitian terlihat dari analisis korelasi product moment dengan hasil koefisiensi korelasi variabel x_1 terhadap y sebesar 0,561 yang berarti terdapat hubungan yang sedang. Hasil koefisiensi korelasi variabel x_2 terhadap y sebesar 0,619 yang berarti terdapat hubungan yang kuat. Kemudian pengaruh variabel x_1 terhadap y sebesar 28,8%, pengaruh variabel x_2 terhadap y sebesar 20,5% dan pengaruh simultan 49,4%. Hasil uji T dan uji F dalam analisis regresi linear berganda menjawab hipotesis penelitian yaitu H_{a1} , H_{a2} , H_{a3} diterima dan H_{o1} , H_{o2} , H_{o3} ditolak. Hal ini menunjukkan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Teori Kemungkinan Elaborasi teruji pada populasi konsumen Shopee Food di Yogyakarta.

Kata Kunci: Promosi, Diskon, Kualitas informasi produk, Keputusan pembelian, Shopee Food.

ABSTRACT

Shopee food is one of a new online food delivery service who have high demand in Indonesia right now. The decrease of intensity promotion, amount of discount, and incompleteness product information worried that it could affect buying decision from customer. Purpose from this research is to know is there any effect for selling promotion from discount and quality of product information toward Shopee Food buying decision. This research use elaboration likelihood theory, concepts used in sales promotion, product information quality, and purchasing decision. The research method used quantitative method with data collection using questionnaire and analysis on SPSS. On this research researchist using 3 variables, selling promotion by discount as variable x_1 , quality of product information as variable x_2 , and buying decision as variable y . Result of the research seen from correlation product analysis moment with result of coefficient correlation variable x_1 against y is 0,561 which mean there is average relation. Result of coefficient correlation variable x_2 against y is 0,619 which mean there is strong relation. The effect of the variable x_1 on y is 28.8%, the effect of the variable x_2 on y is 20.5% and the simultaneous effect is 49.4%. The results of the T test and F test in multiple linear regression analysis answered the research hypothesis, H_{a1} , H_{a2} , H_{a3} were accepted and H_{o1} , H_{o2} , H_{o3} were rejected. This shows that there is a positive and significant influence between the independent variables on the dependent variable, either partially or simultaneously. The Elaboration Likelihood Theory was tested on the Shopee Food consumer population in Yogyakarta.

Keyword: Promotion, Discount, Quality of product information, Buying decision, Shopee Food.