

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, HARGA, DAN *E-TRUST* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PENGGUNA ONLINE *FOOD DELIVERY*
“SHOPEEFOOD” DI KOTA PALEMBANG**

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar

Sarjana Manajemen (S.M)

Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Indo Global Mandiri



DISUSUN OLEH :

Nama : AULIA MUTIARA DWI HAPSARI

NPM : 2022510021

DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI :

Pembimbing I : Dr. Siti Komariah Hildayanti, MM., CIRR., CLMA

Pembimbing II : Budi Setiawan, SE., MM., Ph.D

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS INDO GLOBAL MANDIRI
FAKULTAS EKONOMI
TAHUN 2026**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Pengaruh E-Service Quality, Harga, dan E-Trust Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Online Food Delivery "ShopeeFood" di Kota Palembang.

Nama : Aulia Mutiara Dwi Hapsari

NPM : 2022510021

Program Studi : Manajemen

Pembimbing I : Dr. Siti Komariah Hildayanti, M.M., CIRR., CLMA

Pembimbing II : Budi Setiawan, SE., MM., Ph.D

Tanggal Ujian Skripsi : 10 Agustus 2026

Palembang, 18 Agustus 2026

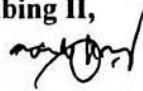
Disetujui Oleh,

Pembimbing I,



**Dr. Siti Komariah
Hildayanti, M.M., CIRR., CLMA**
NIDN. 0201077302

Pembimbing II,



Budi Setiawan, SE., MM., Ph.D
NIDN. 0208048701

Disahkan Oleh,

Ketua Program Studi Manajemen



Mohammad Kurniawan DP, SE, Msi
NIDN. 0202067802

Plt. Dekan Fakultas Ekonomi



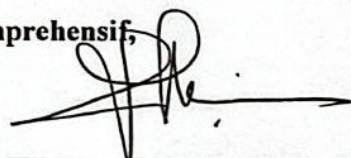
Dr. H. Chandra Satria, S.E., M.Si
NIDN. 0209068101

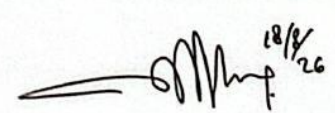
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

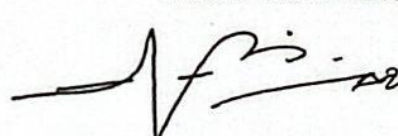
Skripsi ini di ajukan oleh :

Judul Skripsi : Pengaruh E-Service Quality, Harga, dan E-Trust Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Online Food Delivery "ShopeeFood" di Kota Palembang.
Nama : Aulia Mutiara Dwi Hapsari
NPM : 2022510021
Program Studi : Manajemen

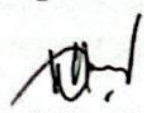
Telah dipertahankan di hadapan Dosen Penguji Ujian Skripsi & Komprehensif dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri.

Ketua Penguji : **Penguji Ujian Skripsi dan Komprehensif,**

Dr. Siti Komariah Hildayanti, M.M., CIRR., CLMA
NIDN. 0201077302

Penguji I : 
Dr. Yeni, S.E., M.Si., CDM
NIDN. 0204017801

Penguji II : 
Dr. Fauziah Afriyani, S.Pd., M.Si
NIDN. 0225047302

Disahkan Oleh,

Ketua Program Studi Manajemen

Mohammad Kurniawan DP, SE, Msi
NIDN. 0202067802

Plt. Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. H. Chandra Satria, S.E., M.Si
NIDN. 0209068101

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aulia Mutiara Dwi Hapsari
NPM : 2022510021
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi, interpretasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengelolaan, serta pemikiran saya dengan pengarahannya dari para pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik, baik di Universitas Indo Global Mandiri maupun di perguruan tinggi lain.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti ketidakbenaran dalam pernyataan tersebut diatas, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah.

Palembang, 19 Agustus 2026



UIGM
MUTIARA
TEMPEN

Aulia Mutiara Dwi Hapsari
NPM. 2022510021

LEMBAR REVISI

Nama : Aulia Mutiara Dwi Hapsari
NPM : 2022510021
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh E-Service Quality, Harga, dan E-Trust Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Online Food Delivery "ShopeeFood" di Kota Palembang.

Ketua Penguji :



Dr. Siti Komariah Hildayanti M.M., CIRR., CLMA
NIDN. 0201077302

Penguji I :

 18/8/26

Dr. Yeni, S.E., M.Si., CDM
NIDN. 0204017801

Penguji II :



Dr. Fauziah Afriyani, S.Pd., M.Si
NIDN. 0225047302

Palembang, 18 Agustus 2026
Ketua Program Studi Manajemen



Mohammad Kurniawan DP, SE, Msi
NIDN. 0202067802

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh *E-service Quality*, Harga, dan *E-trust* Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna *Online Food delivery* “ShopeeFood” Di Kota Palembang" dengan baik. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, dan seluruh umatnya hingga akhir zaman.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Indo Global Mandiri. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tanpa bantuan, bimbingan, motivasi, dan dukungan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan dapat diselesaikan dengan baik.

Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Rektor Universitas Indo Global Mandiri yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan di Universitas Indo Global Mandiri.
2. Bapak/Ibu Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri yang telah memberikan dukungan selama penulis menjalani perkuliahan.
3. Bapak/Ibu Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri yang telah memberikan arahan selama proses akademik.
4. Ibu Dr. Siti Komariah Hildayanti,MM.,CIRR.,CLM selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, kritik, serta saran yang sangat bermanfaat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Bapak Budi Setiawan, SE.,MM.,Ph.D selaku Dosen Pembimbing II yang dengan penuh kesabaran memberikan masukan, motivasi, dan bimbingan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.

6. Ibu Dr. Yeni S.E., M.Si., CDM selaku dosen Penguji I, yang telah memberikan arahan, kritik, saran, dan masukan yang membangun dalam penyempurnaan skripsi ini.
7. Ibu Dr. Fauziah Afriyani S.Pd., M.Si selaku dosen Penguji II, yang telah memberikan arahan, kritik, saran, dan masukan yang membangun dalam penyempurnaan skripsi ini.
8. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, dan wawasan selama masa perkuliahan.
9. Seluruh staf dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri yang telah membantu kelancaran proses administrasi selama penulis menempuh pendidikan.
10. Seluruh responden penelitian yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik.
11. Kedua orang tua tercinta serta seluruh keluarga yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, perhatian, motivasi, dan dukungan baik secara moral maupun material kepada penulis.
12. Suami tercinta serta kedua anak perempuan penulis yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, semangat, pengertian, dan dukungan tanpa henti sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan karya ilmiah ini pada masa yang akan datang.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen pemasaran, serta dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Palembang, 10 Agustus 2026



Penulis,

Aulia Mutiara Dwi Hapsari

NPM. 2022510021

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *e-service quality*, harga, dan *e-trust* terhadap keputusan pembelian pengguna *online food delivery* “ShopeeFood” di Kota Palembang, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Populasi penelitian adalah pengguna ShopeeFood di Kota Palembang dengan sampel sebanyak 209 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan SPSS melalui uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linier berganda, uji t, uji F, koefisien korelasi, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung 19,196 dan Sig. 0,000. Harga berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai t hitung 20,948 dan Sig. 0,000, sedangkan *e-trust* berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai t hitung 16,891 dan Sig. 0,000. Secara simultan, ketiga variabel berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan F hitung 348,406 dan Sig. 0,000. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,834 menunjukkan bahwa 83,4% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sedangkan 16,6% dipengaruhi faktor lain. Hasil ini menunjukkan pentingnya peningkatan kualitas layanan, harga kompetitif, dan kepercayaan konsumen dalam mendorong keputusan pembelian pengguna ShopeeFood.

Kata Kunci: *e-service quality*, harga, *e-trust*, keputusan pembelian, ShopeeFood.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effects of e-service quality, price, and e-trust on purchasing decisions among online food delivery “ShopeeFood” users in Palembang City, both partially and simultaneously. This study employed a quantitative method with an associative approach. The population consisted of ShopeeFood users in Palembang City, with a sample of 209 respondents selected using purposive sampling. Data were collected through questionnaires and analyzed using SPSS, including validity, reliability, classical assumption, multiple linear regression, t-test, F-test, correlation coefficient, and coefficient of determination. The results show that e-service quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, with a t-value of 19.196 and Sig. 0.000. Price also has a positive and significant effect, with a t-value of 20.948 and Sig. 0.000, while e-trust has a positive and significant effect, with a t-value of 16.891 and Sig. 0.000. Simultaneously, the three variables significantly affect purchasing decisions, with an F-value of 348.406 and Sig. 0.000. The Adjusted R Square of 0.834 indicates that 83.4% of the variation in purchasing decisions is explained by the three variables, while 16.6% is explained by other factors. These findings highlight the importance of service quality, competitive pricing, and consumer trust in increasing ShopeeFood users' purchasing decisions.

Keywords: *e-service quality, price, e-trust, purchasing decision, ShopeeFood.*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
LEMBAR REVISI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen (<i>Consumer Behavior Theory</i>).....	14
2.1.2 <i>E-service Quality</i>	16
2.1.3 Harga (<i>Price</i>).....	21
2.1.4 <i>E-trust</i> (Kepercayaan Elektronik)	24
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	28
2.2 Penelitian Terdahulu	30
2.3 Kerangka Pemikiran Teoretis	34
2.4 Hipotesis Penelitian	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	39
3.1 Metode Penelitian	39
3.2 Ruang Lingkup Penelitian.....	40

3.3 Objek Penelitian.....	41
3.4 Sumber Data	41
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.6 Populasi dan Sampel.....	43
3.7 Teknik Analisis Data	45
3.7.1 Uji Kualitas Data.....	45
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	46
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	48
3.7.4 Uji t (Parsial)	48
3.7.5 Uji F (Simultan)	49
3.7.6 Koefisien Korelasi (R)	49
3.7.7 Koefisien Determinasi (R^2).....	49
3.8 Definisi Operasional Variabel	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Profil Perusahaan	53
4.2 Karakteristik Responden.....	54
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir ...	56
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Rata-Rata untuk Pesan Makanan Online per Bulan.....	57
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan ShopeeFood.....	59
4.3 Hasil Uji Kualitas Data	60
4.3.1 Hasil Uji Validitas.....	60
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas	64
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	65
4.4.1 Hasil Uji Normalitas	65
4.4.2 Hasil Uji Multikolinearitas	66
4.4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	68

4.5 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	70
4.6 Hasil Uji Hipotesis.....	72
4.6.1 Hasil Uji t (Uji Parsial)	72
4.6.2 Hasil Uji F (Uji Simultan).....	75
4.7 Hasil Uji Koefisien Korelasi dan Uji Koefisien Determinasi Berganda.....	76
4.7.1. Uji Koefisien Korelasi	76
4.8 Pembahasan	79
4.8.1 Pengaruh <i>E-service Quality</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	79
4.8.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	80
4.8.3 Pengaruh <i>E-trust</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	82
4.8.4 Pengaruh <i>E-service Quality</i> , Harga, dan <i>E-trust</i> Secara Simultan terhadap Keputusan Pembelian	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	86
5.1 Kesimpulan	86
5.2 Saran	87
5.2.1 Saran Bagi Manajemen Shopeefood	87
5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya	87
5.3 Implikasi Penelitian.....	88
5.4 Batasan Penelitian	89
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN	97

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Daftar Pesaing <i>E-commerce Online Food delivery</i>	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel Penelitian	50
Tabel 3. 2 Pengukuran Skala Likert	51
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	55
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir...	56
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan	58
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan ShopeeFood	59
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel <i>E-service Quality</i> (X_1)	60
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X_2)	61
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Variabel <i>E-trust</i> (X_3)	62
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	63
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas	64
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas	65
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinearitas	67
Tabel 4. 14 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)	68
Tabel 4. 15 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	70
Tabel 4. 16 Hasil Uji t (Uji Parsial)	72
Tabel 4. 17 Hasil Uji F (Uji Simultan)	75
Tabel 4. 18 Hasil Uji Koefisien Korelasi	76

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 <i>Voucher</i> Gratis Ongkir ShopeeFood	4
Gambar 1. 2 Keluhan Pelanggan ShopeeFood	5
Gambar 1. 3 Data Ekonomi Digital dan Konsumsi Makanan Indonesia.....	9
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian	35
Gambar 3. 1 Followers Instagram @shopeefoodpalembang per Desember 2025	43
Gambar 4. 1 Logo <i>ShopeeFood</i>	54
Gambar 4. 2 Diagram Uji Normalitas	66
Gambar 4. 3 Diagram Uji Multikolinieritas	67
Gambar 4. 4 Diagram Uji Heteroskedastisitas.....	69

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	98
Lampiran 2 Tabulasi Data Variabel <i>E-service Quality</i>	108
Lampiran 3 Tabulasi Data Variabel Harga.....	113
Lampiran 4 Tabulasi Data Variabel <i>E-trust</i>	118
Lampiran 5 Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian	123
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas.....	128
Lampiran 7 Hasil Uji Reliabilitas	132
Lampiran 8 Hasil Uji Asumsi Klasik	133
Lampiran 9 Hasil Uji Deskriptif (Karakteristik Responden).....	135
Lampiran 10 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	138
Lampiran 11 Kartu Bimbingan	139
Lampiran 12 Perbandingan Harga Shopeefood dan Grabfood.....	140
Lampiran 13 Komentar Perbandingan di 2 Platform	141
Lampiran 14 Instagram Shopeefood Palembang.....	142