

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>RIWAYAT HIDU</b> .....	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>viii</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	8
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Ruang Lingkup Penelitian .....	10
1.3.1 Ruang Lingkup Subjek.....	10
1.3.2 Ruang Lingkup Objek .....	10
1.3.3 Ruang Lingkup Tempat Penelitian.....	10
1.3.4 Ruang Lingkup Waktu Penelitian .....	10
1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Pengetahuan.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
1.5.1 Bagi Peneliti .....	11
1.5.2 Bagi Institusi .....	11
1.5.3 Bagi Perusahaan .....	11
1.6 Sistematika Penulisan .....	12
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>13</b>
2.1 Perilaku Konsumen .....	13
2.2 Produk.....	12
2.2 Harga .....	21
2.3.1 Pengertian Harga .....	21
2.3.2 Tujuan Harga .....	22
2.3.3 Indikator Harga.....	22
2.4 Kualitas Pelayanan .....	23
2.4.1 Pengertian Kualitas Pelayanan .....	23
2.4.2 Perspektif Kualitas Pelayanan .....	24
2.4.3 Indikator Kualitas Pelayanan .....	25
2.5 Citra Merek.....	26

2.5.1	Pengertian Citra Merek.....	26
2.5.2	Manfaat Citra Merek .....	26
2.5.3	Indikator Citra Merek .....	27
2.6	Minat Beli .....	27
2.6.1	Pengertian Minat Beli .....	27
2.6.2	Aspek Minat Beli.....	28
2.6.3	Indikator Minat Beli .....	29
2.6	Penelitian Terdahulu.....	30
2.7	Kerangka Pemikiran .....	31
2.8	Hipotesis .....	32
2.8.1	Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli .....	32
2.8.2	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli.....	32
2.8.3	Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli .....	33
2.8.4	Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli .....	34
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	36
3.2	Sumber Data .....	36
3.3	Metode Pengumpulan Data .....	36
3.4	Populasi dan Sampel.....	37
3.4.1	Populasi .....	37
3.4.2	Sampel.....	37
3.5	Variabel Penelitian .....	38
3.5.1	Variabel Penelitian Independen .....	38
3.5.2	Variabel Penelitian Dependen.....	38
3.6	Definisi Operasional Variabel .....	39
3.7	Uji Persyaratan Instrumen .....	40
3.7.1	Uji Validitas .....	40
3.7.2	Uji Reliabilitas .....	40
3.8	Uji Persyaratan Analisis Data.....	41
3.8.1	Uji Normalitas Sampel.....	41
3.8.2	Uji Linieritas Sampel .....	41
3.8.3	Uji Multikolinieritas.....	42
3.9	Metode Analisis Data .....	42
3.9.1	Regresi Linier Berganda .....	42
3.10	Pengujian Hipotesis .....	43
3.10.1	Uji Parsial (Uji t) .....	43
3.10.2	Uji Simultan (Uji F) .....	44
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>45</b>
4.1	Deskripsi Data .....	45

4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen.....	50
4.2.1 Hasil Uji Validitas.....	51
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	51
4.3 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data .....	51
4.3.1 Hasil Uji Normalitas Sampel .....	51
4.3.2 Hasil Uji Linieritas Sampel .....	52
4.3.3 Hasil Uji Multikolinieritas .....	53
4.4 Hasil Analisis Data .....	53
4.4.1 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	53
4.4.2 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t) .....	54
4.4.3 Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F) .....	55
4.5 Pembahasan .....	56
4.5.1 Pembahasan Harga Terhadap Minat Beli.....	56
4.5.2 Pembahasan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli .....	57
4.5.3 Pembahasan Citra Merek Terhadap Minat Beli .....	58
4.5.3 Pembahasan Harga, Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli .....	59
<b>BAB VSIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>61</b>
5.1 Simpulan.....	61
5.2 Saran .....	61
5.2.1 Bagi Perusahaan .....	61
5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya .....	62

**DAFTAR PUSTAKA**  
**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
1.1 Layanan GrabFood.....	4
1.2 Tabel Kenaikan Tarif Harga GrabFood .....	6
2.1 Penelitian Terdahulu .....	30
3.1 Skala Pengukuran.....	33
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	39
3.3 Interpretasi Nilai r.....	40
4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	45
4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	45
4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	46
4.4 Hasil Jawaban Responden Harga .....	46
4.5 Hasil Jawaban Responden Kualitas Pelayanan .....	47
4.6 Hasil Jawaban Responden Citra Merek .....	48
4.7 Hasil Jawaban Responden Minat Beli.....	49
4.8 Hasil Uji Validitas Variabel .....	50
4.9 Hasil Uji Reabilitas Variabel .....	51
4.10 Hasil Uji Normalitas .....	51
4.11 Hasil Uji Linearitas .....	52
4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	53
4.13 Persamaan Regresi Linear Berganda .....	53
4.14 Hasil Uji Hasil Uji Model Summary.....	54
4.15 Hasil Uji Hasil Uji Parsial (Uji t).....	55
4.16 Hasil Uji Hasil Uji Simultan (Uji F) .....	56

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
1.1 Nilai Transaksi Bruto Online Food Delivery Di Negara ASEAN Tahun 2022 .....	2
1.2 Persentase Konsumen Terkait Kepemilikan Aplikasi Pesan Antar Makanan Di Ponsel .....	3
1.3 Nilai Transaksi Layanan Pesan Antar Makanan Indonesia Tahun 2022 .....	5
1.4 Tingkat Keunggulan Layanan Pesan Antar Makanan Tahun 2022 .....	7
1.4 Persentase Layanan Pesan Antar Makanan Online Yang Pertama Kali Diingat .....	9
2.2 Kerangka Pikir .....	31

## **DAFTAR LAMPIRAN**

<b>Lampiran</b>	<b>I</b>	Kuesioner Penelitian
<b>Lampiran</b>	<b>II</b>	Hasil Jawaban Kuisisioner
<b>Lampiran</b>	<b>III</b>	Hasil Uji Deskriptif
<b>Lampiran</b>	<b>IV</b>	Hasil Uji Validitas
<b>Lampiran</b>	<b>V</b>	Hasil Uji Reliabilitas
<b>Lampiran</b>	<b>VI</b>	Hasil Uji Normalitas
<b>Lampiran</b>	<b>VII</b>	Hasil Uji Linearitas
<b>Lampiran</b>	<b>VIII</b>	Hasil Uji Multikolinearita
<b>Lampiran</b>	<b>IX</b>	Hasil Uji Regresi Berganda