

---

**PENGARUH KUPON TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(STUDI KASUS: PROMO KUPON CICIP MELALUI PEMBELIAN  
DELIVERY VIA GRABFOOD DI PORKHUB, PALMERAH)**

***THE INFLUENCE OF COUPONS ON PURCHASE DECISIONS  
(CASE STUDY: QUOTE COUPON PROMO THROUGH PURCHASE  
OF DELIVERY VIA GRABFOOD AT PORKHUB, PALMERAH)***

**Clarita<sup>1)</sup>, Regina Dewi Hanifah<sup>2)</sup>**

<sup>1)</sup>Program Studi Hospitality dan Pariwisata, Universitas Bunda Mulia

<sup>2)</sup>Program Studi Perhotelan, Akademi Pariwisata Bunda Mulia

Diterima 2021 / Disetujui 2021

**ABSTRACT**

*The culinary business is one of the fastest growing businesses, the development of the culinary business is followed by the development of technology that allows businesses to reach consumers, the technology is GrabFood. Porkhub Palmerah uses GrabFood service in its sales, there is an increase in sales on Porkhub through GrabFood compared to dine in, which is related to the existence of coupon promos through GrabFood. The purpose of this study was to determine whether coupon influences purchasing decisions at Porkhub Palmerah. The study uses an associative method with a quantitative approach and uses multiple regression analysis. The collecting data techniques used in this study were questionnaires, interviews, observation, literature study, and documents. This study using a non-probability purposive sampling technique on 93 respondents who were consumers from Porkhub Palmerah who made purchases through GrabFood for the period October 2020 - January 2021. After processing the data, researcher found out that there is a very strong influence between coupon on purchasing decisions with the result of 0.871 and the influence between these variables of 76%. For the formulation of multiple regression obtained is  $Y = 6,775 + 2,378X_1 + 2,352X_2 + 2,181X_3$ . Based on the t-test and f-test, it was found that  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted, so it can be revealed that "There is an influence between coupon on purchasing decisions through GrabFood at Porkhub Palmerah" The conclusion is that Cicip coupons have an influence on purchasing decision at Porkhub, Palmerah. The suggestions that can be given in this study are to increase the duration of coupon promos, give appreciation to loyal customers, maintain compliance with consumer needs and desires, and provide convenience in exchanging coupon.*

**Keywords:** *Coupons, purchase decisions, restaurants, online food delivery*

**ABSTRAK**

Bisnis kuliner merupakan salah satu bisnis yang berkembang pesat, perkembangan bisnis kuliner diikuti dengan adanya perkembangan teknologi yang memberikan kemudahan bagi pelaku bisnis untuk dapat menjangkau konsumen, teknologi tersebut yaitu GrabFood. Porkhub Palmerah menggunakan jasa GrabFood dalam penjualannya, terdapat peningkatan penjualan di Porkhub yang lebih besar melalui GrabFood dibandingkan dengan penjualan secara dine in yang dimana hal ini berhubungan dengan adanya promo kupon via GrabFood. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui bagaimana kupon berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Porkhub Palmerah. Penelitian ini menggunakan metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif yang dimana menggunakan analisis regresi berganda. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, wawancara, observasi, studi pustaka, dan dokumen. Penelitian ini menggunakan teknik non-probability purposive sampling pada 93 responden yang merupakan konsumen dari Porkhub Palmerah yang melakukan pembelian via GrabFood periode Oktober 2020 – Januari 2021. Setelah melakukan pengolahan data didapatkan bahwa adanya pengaruh yang sangat kuat antara kupon terhadap keputusan pembelian dengan hasil koefisien korelasi sebesar 0,871 dan pengaruh antar variabel sebesar 76%. Persamaan regresi berganda yang didapatkan adalah  $Y = 6,775 + 2,378X_1 +$

2,352X2 + 2,181X3. Berdasarkan pada uji-t dan uji-f didapatkan hasil Ho ditolak dan Ha diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa “Terdapat pengaruh antara kupon terhadap keputusan pembelian via GrabFood di Porkhub Palmerah” Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini yaitu kupon Cicip memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian di Porkhub, Palmerah. Saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah dapat meningkatkan durasi promo kupon, memberikan apresiasi kepada pelanggan setia, mempertahankan kesesuaian dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, serta memberikan kemudahan dalam penukaran kupon.

**Kata Kunci:** Kupon, keputusan pembelian, restoran, online food delivery

## PENDAHULUAN

### a. Latar Belakang

Bisnis Food & Beverage di Indonesia semakin diminati bagi pelaku usaha, banyak pelaku usaha yang terjun ke bisnis Food & Beverage karena menganggap bahwa bisnis ini menjanjikan. Hal tersebut didasari pada pemikiran bahwa makanan adalah kebutuhan primer bagi manusia yang harus dipenuhi oleh setiap individu. Selain itu adanya peningkatan gaya hidup masyarakat dengan kebiasaan untuk membeli makanan di restoran dengan tujuan lebih praktis dan efisien. Oleh karena itu menyebabkan adanya peningkatan jumlah restoran dengan berbagai konsep baru yang berbeda dan beragam mulai dari jenis makanan, cara penyajian, promosi, atmosfer, dan lain sebagainya. Pertumbuhan industri makanan dan minuman menjadi penyumbang kontribusi terbesar dalam PDB Nasional dengan pertumbuhan 6.77%. Dikatakan bahwa pada tahun 2019 sektor makanan dan minuman mampu menarik investasi sebesar US\$383 juta atau sebesar Rp. 8,9 triliun hingga triwulan I tahun 2019. Sektor makanan dan minuman menjadi salah satu sektor yang menjanjikan di dunia usaha, selain itu sektor makanan dan minuman menjadi salah satu dari lima sektor industri prioritas di program Industri 4.0. (artikel Pikiran Rakyat pada tanggal 31 Juli 2019).

Data yang dapat mendukung peningkatan dari bisnis sector makanan dan minuman adalah peningkatan jumlah Produk Domestik Bruto (PDRB) Atas Dasar Harga Konstan 2010 Menurut Lapangan Usaha (Miliar Rupiah) untuk Industri Makanan dan Minuman, di tahun 2015-2018.

Tabel 1. Produk Domestik Bruto (PDRB) Atas Dasar Harga Konstan 2010 (2015-2018)

Tahun	Jumlah
2015	647.071,9
2016	740.810,2
2017	834.425,1
2018	927.443,5

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS), 2019

Berdasarkan Badan Pusat Statistik (2020), salah satu daerah yang memiliki peningkatan dalam perkembangan untuk Sektor makanan di DKI Jakarta adalah daerah Jakarta Barat dengan perkembangan untuk rata-rata pengeluaran per Kapita Sebulan Makanan di Daerah Perkotaan Menurut Kota yang terus meningkat dari tahun 2017-2019 secara stabil dibandingkan daerah lainnya yang mengalami penurunan di 2019. Dimana nilai pengeluaran di 2017 sebesar Rp. 813.451, meningkat di tahun 2018 sebesar Rp. 863.031 dan di tahun 2019 sebesar Rp. 886.692. Jakarta Barat dapat dikatakan sebagai kawasan surga kuliner karena banyaknya bisnis kuliner yang bersaing dan didukung oleh beberapa faktor seperti banyaknya universitas - universitas dan juga perkantoran yang terletak di daerah

\*Korespondensi Penulis:  
E-mail: [ghanifah@bundamulia.ac.id](mailto:ghanifah@bundamulia.ac.id)

Jakarta Barat. Dimana jumlah peningkatan restoran di Jakarta Barat mengalami peningkatan dari 2018 ke 2020 walau tidak signifikan tetapi cukup stabil karena di 2019 tidak dapat memiliki data survey karena pandemi Covid 19.

Tabel 2. Jumlah Rumah Makan/Restoran di Jakarta Barat

Kecamatan	Jumlah Rumah Makan/Restoran Menurut Kecamatan	
	2018	2020
Kembangan	138	139
Kebon Jeruk	168	168
Palmerah	88	88
Grogol Petamburan	108	110
Tambora	53	55
Taman Sari	140	140
Cengkareng	156	56
Kalideres	72	72
Jakarta Barat	923	928

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS), 2021

Salah satu bisnis kuliner yang membuka usahanya di Jakarta Barat yaitu Porkhub. Porkhub merupakan salah satu bisnis kuliner yang terletak di kecamatan Palmerah yang berlokasi di Jl. Sandang No.9, RT.1/RW.11, Palmerah, Kec. Palmerah, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11480. Porkhub merupakan restoran yang dibuka pada tanggal 2 April 2018 di Palmerah dan hingga saat ini sudah berjalan selama 2 tahun 10 bulan. Banyaknya restoran yang berdiri di Jakarta Barat menyebabkan meningkatnya persaingan sehingga Porkhub juga harus memikirkan strategi yang baik agar dapat meningkatkan penjualan. Dalam perkembangannya banyak restoran yang bermunculan dengan konsep yang berbeda-beda mulai dari harga, fasilitas, desain dan produk yang sangat kompetitif, maka dari itu restoran perlu untuk melakukan promosi yang baik sehingga dapat bersaing dengan

restoran lainnya. Salah satu dari strategi yang muncul dalam era digital dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat adalah kemudahan mengakses melalui jasa pengiriman makanan yang didukung oleh perkembangan internet yang menjadi kebutuhan yang tidak dapat dipisahkan.

E-commerce yang menyediakan jasa layanan online delivery seperti Grab, Gojek dan Shopee terus mengembangkan fitur yang mereka miliki hingga saat ini yang kita ketahui adanya GrabFood, GoFood, dan ShopeeFood. Dengan hadirnya teknologi ini memudahkan bagi konsumen untuk dapat memesan makanan, selain itu juga memudahkan bagi usaha bisnis kuliner untuk dapat mempromosikan produk mereka. GrabFood merupakan salah satu bentuk layanan delivery yang disediakan oleh Grab, pemesanan melalui GrabFood juga sangat mudah untuk dilakukan. Pertama pembeli dapat mencari dan memilih restoran yang diinginkan, kemudian tentukan menu yang ingin dipesan, setelah itu Grab akan mencari pengemudi terdekat untuk mengambil pesanan dan akan diantar ke lokasi pemesanan. Dengan adanya jasa GrabFood akan memudahkan bagi beberapa pengusaha kuliner, dengan adanya GrabFood dapat membantu usaha mereka tanpa perlu menyediakan jasa layanan delivery sendiri dengan budget yang cukup besar. GrabFood dapat menjadi solusi bagi bisnis kuliner untuk membantu usaha mereka, dengan adanya GrabFood juga membuka peluang bagi pengusaha kuliner untuk dapat memperluas pangsa pasar mereka menjadi semakin luas. Porkhub merupakan salah satu bisnis kuliner yang menggunakan aplikasi GrabFood dalam membantu bisnisnya agar dapat mempermudah dalam proses pengantaran makanan.

Peneliti melihat bahwa terdapat peningkatan penjualan yang lebih besar melalui aplikasi GrabFood dibandingkan

dengan dine in. Berdasarkan hasil wawancara singkat yang dilakukan peneliti dengan pemilik Porkhub membuktikan bahwa adanya peningkatan penjualan di Porkhub Palmerah yang salah satunya adalah karena sales promotion yang dilakukan oleh Porkhub melalui kupon yang diberikan via aplikasi GrabFood. Dalam memperoleh hak untuk menggunakan kupon tersebut, Porkhub harus menjadi Mitra dari GrabFood atau yang biasa dikenal dengan Grab Merchant.

Porkhub telah mendapatkan persetujuan dari Grab untuk menjadi Mitra Grab sehingga Porkhub dapat menggunakan promo kupon yang diberikan oleh GrabFood. Menurut (Kotler & Keller, Marketing Managemen, 2016), Kupon adalah hak yang diberikan kepada seseorang berupa sertifikat potongan harga yang ditetapkan untuk suatu produk tertentu. Kupon yang diberikan dari Porkhub via GrabFood sendiri terdiri dari Kupon Cicip 40, Cicip 35%, Cicipongkir3, Pastidiskon, Hematpermatadb2, Gfdigimap10, Gfdigimap20, HSBCTraktir, Hematmaybankjcb25, Hematcimbjcb, Citi50, Hematbrivisa, Gfmega10.

Berdasarkan informasi data penjualan dari Pemilik Porkhub Ibu Silvia Fong (2021), tingginya pendapatan dari GrabFood dibandingkan pendapatan dari Go Food serta Dine In bisa dikatakan 3 – 6 x lipat untuk periode Oktober 2020 – Januari 2021. Salah satu factor pendukung tingginya pendapatan dari GrabFood sendiri adalah karena adanya promo kupon yang disediakan oleh Porkhub sehingga menarik konsumen untuk melakukan pembelian. Dampak paling besar diberikan oleh kupon cicip 35% dan cicip 40 dibandingkan promo-promo lainnya yang terdapat di GrabFood terhadap penjualan Porkhub Palmerah. Promo Cicip 35% merupakan promo diskon atau potongan harga sebesar 35% (maksimal Rp. 30.000) untuk

pembelian di Porkhub Palmerah dengan minimal pemesanan sebesar Rp. 40.000, promo ini hanya dapat digunakan sebanyak 5x. Sedangkan promo Cicip 40 merupakan promo diskon sebesar Rp. 40.000 untuk pembelian di Porkhub Palmerah dengan minimal pemesanan sebesar Rp. 100.000, promo ini sama dengan promo Cicip 35% hanya dapat digunakan sebanyak 5x. Kedua promo ini merupakan promo yang berlangsung dari periode Oktober 2020 – Januari 2021.

Promosi kupon via GrabFood merupakan salah satu trend yang sedang berkembang saat ini, karena adanya teknologi layanan delivery akan mempermudah pembeli maupun penjual dalam pemesanan makanan. Selaras dengan penelitian dari Soni & Varghese (2019), yang menyatakan bahwa kupon memiliki dorongan yang kuat untuk menentukan keputusan pembelian konsumen. Keputusan pembelian merupakan suatu evaluasi dari konsumen yang membentuk sebuah merek yang sudah ada dalam daftar yang akan dipilih (Kotler & Amstrong, 2016). Paradigma penelitian ini dibuat berdasarkan teori dari (Pride & Ferrel, 2016), yang menyatakan bahwa kupon mampu menimbulkan respon langsung yang berupa minat dalam pembelian.

#### b. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Transaksi pembelian via *online delivery* lebih besar dibandingkan dengan *dine in*.
2. Tingginya tingkat transaksi penggunaan kupon via GrabFood dibandingkan dengan *online delivery* lainnya (GoFood).

#### c. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana ketersediaan kupon, kecenderungan penggunaan kupon dan kemudahan penukaran kupon memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (via GrabFood) di Porkhub, Palmerah. Selain itu tentunya untuk mengetahui bagaimana promo kupon Cicip memiliki pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian (via GrabFood) di Porkhub, Palmerah.

## METODE PENELITIAN

### Objek Penelitian

Objek penelitian yang digunakan oleh adalah kupon cicip yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen untuk membeli produk Porkhub Palmerah. Variabel dalam penelitian terdiri dari dua yaitu variabel independen (bebas) dan juga variabel dependen (terikat), variabel independen (bebas) dalam penelitian ini yaitu kupon cicip (X) dan variabel dependennya (terikat) yaitu keputusan pembelian dalam membeli produk di Porkhub Palmerah (Y). Untuk itu peneliti ingin mengkaji seberapa besar pengaruh kupon terhadap keputusan pembelian.

### Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan hal yang terutama dalam suatu penelitian karena tujuan dari penelitian itu sendiri yaitu mendapatkan data (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini akan digunakan metodologi pengumpulan data sebagai berikut :

#### 1. Pengumpulan Data Primer

Peneliti melakukan wawancara kepada pemilik Porkhub Palmerah yaitu Silvia Fong untuk mendapatkan ijin dalam melakukan penelitian serta informasi terkait mengenai

topik penelitian. Selain itu Peneliti melakukan observasi secara langsung dengan menjadi konsumen di Porkhub Palmerah, peneliti menjadi konsumen secara langsung (dine in) untuk melihat mayoritas pembelian di Porkhub dan peneliti juga menjadi konsumen yang menggunakan layanan delivery online (GrabFood) dengan menggunakan promo kupon Cicip dari Porkhub. Dalam memvalidasi hipotesis penelitian ini, Peneliti menyebarkan kuesioner dalam bentuk Google Form kepada konsumen Porkhub Palmerah yang melakukan pembelian via GrabFood dengan menggunakan kupon cicip. Peneliti akan menggunakan instrumen pengukur dalam bentuk kuesioner dengan skala likert. Menurut Sugiyono (2017), skala likert digunakan untuk mengukur pendapat, sikap dan pandangan seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam skala likert untuk setiap pilihan jawaban akan diberikan skor dan responden harus menggambarkan dan mendukung pernyataan yang akan dibuat. Menurut (Arikunto, 2016), mengemukakan bahwa adanya kelemahan dalam menggunakan skala likert dengan lima alternatif pilihan jawaban karena responden akan memiliki kecenderungan untuk memilih alternatif yang ada ditengah karena dirasa paling mudah dan merasa aman untuk memilih pilihan jawaban tersebut. Maka dari itu peneliti akan menggunakan skala likert dengan empat alternatif pilihan jawaban dengan menghilangkan kategori jawaban ragu-ragu.

#### 2. Pengumpulan Data Sekunder

Peneliti memperoleh informasi dengan cara membaca buku, jurnal, artikel, dan juga penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini. Selain itu, Peneliti memperoleh data penjualan periode Oktober 2020 – Januari 2021 melalui Silvia Fong selaku pemilik Porkhub Palmerah, serta peneliti memperoleh data-data

perkembangan Food & Beverage melalui Badan Pusat Statistik Indonesia yang diakses secara online.

### Populasi dan Sampel

Populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah konsumen Porkhub yang menggunakan kupon Cicip via GrabFood selama periode Oktober 2020 – Januari 2021. Dalam penelitian ini, teknik pengambilan data yang digunakan oleh peneliti adalah Non-probability Sampling dengan Purposive Sampling. Berdasarkan populasi dari Porkhub Palmerah periode Oktober 2020 – Januari 2021 diketahui sejumlah 1286 pengunjung maka peneliti akan melakukan perhitungan jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus Slovin. Berdasarkan hasil penghitungan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 93 responden yang akan mewakili populasi dalam pengumpulan data.

### Metode Analisis

Analisis ini memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen. Regresi memiliki kegunaan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda yang menurut Sugiyono (2017) digunakan untuk meramalkan keadaan variabel dependen (naik atau turunnya), jika dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor yang dimanipulasi. Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan analisis korelasi product moment pearson karena menggunakan data skala interval. Korelasi product moment pearson menggunakan kriteria nilai korelasi I berkisar antara 1 sampai -1, nilai yang semakin mendekati 1 atau -1 maka hubungan antar variabel semakin kuat, sebaliknya jika mendekati 0

maka hubungan antar variabel semakin melemah Selanjutnya penulis akan menggunakan Koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018). Dilanjutkan dengan Uji T merupakan pengujian yang digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh antara satu variabel independen dengan variabel dependen serta Uji F yang memiliki tujuan untuk menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas dimasukkan dalam model yang memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Ghozali, 2018).

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Kuesioner yang disebarakan dalam penelitian ini terdiri dari 26 pernyataan, yaitu variabel X (Kupon) sebanyak 9 pernyataan dan variabel Y (Keputusan Pembelian) sebanyak 17 pernyataan. Pernyataan diberikan dengan menggunakan skala likert yang terdiri dari 4 penilaian, yaitu sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Penelitian ini menggunakan program SPSS versi 25 untuk melakukan pengujian terhadap hasil jawaban dari responden.

Berdasarkan hasil penghitungan analisis regresi linear berganda, maka dapat dianalisis bahwa persamaan regresi untuk memperkirakan keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh kupon, yaitu :

$$Y = 6,775 + 2,378X_1 + 2,352X_2 + 2,181X_3$$

Sumber : Data primer yang diolah dengan program SPSS versi 25

Dimana diketahui bahwa Y adalah keputusan pembelian dan X adalah kupon, berdasarkan dari formulasi yang terdapat diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Konstanta yang dihasilkan yaitu 6,775 sehingga apabila kupon (X) nilainya adalah

0 maka keputusan pembelian (Y) nilainya positif yaitu sebesar 6,775. Dengan demikian dapat disimpulkan jika tidak adanya kupon (X) maka keputusan pembelian (Y) sudah cukup baik.

2. Koefisien regresi ketersediaan kupon (X1) sebesar 2,378 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% ketersediaan kupon (X1) maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 2,378. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh sub variabel ketersediaan kupon (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah positif.

3. Koefisien regresi kecenderungan penggunaan kupon (X2) sebesar 2,352 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% kecenderungan penggunaan kupon (X2) maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 2,352. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh sub variabel kecenderungan penggunaan kupon (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah positif.

4. Koefisien regresi kemudahan penukaran kupon (X3) sebesar 2,181 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% kemudahan penukaran kupon (X3) maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 2,181. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh sub variabel kemudahan penukaran kupon (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah positif.

5. Berdasarkan nilai signifikansi yang terdapat pada tabel 4.10 maka diperoleh masing-masing sub variabel nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kupon (X) berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

**Tabel 3. Hasil Penghitungan Model Summary**

Model	R	R Square Adjusted	R Square	Std. Error of the Estimate
1	.872a	0.76	0.757	5.184

a. Predictors: (Constant), Kupon  
 b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data primer yang diolah dengan program SPSS versi 25

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi yang didapatkan dari penelitian ini adalah sebesar 76% yang dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh yang kuat antara kupon terhadap keputusan pembelian via GrabFood di Porkhub Palmerah sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor dari kupon merupakan salah satu faktor yang memiliki dampak besar dalam keputusan pembelian konsumen di Porkhub Palmerah.

**Gambar 1. Hasil Penghitungan Analisis Korelasi Product Moment Pearson**

		Kupon	Keputusan Pembelian
Kupon	Pearson Correlation	1	.871**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	93	93
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.871**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	93	93

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Data primer yang diolah dengan program SPSS versi 25

Berdasarkan hasil penghitungan analisis korelasi, nilai koefisien korelasi Product Moment Pearson yang dihasilkan adalah sebesar 0,871 yang dimana angka tersebut mendekati 1 sehingga hubungan antar variabel dapat dikatakan kuat dan angka 0,871 masuk ke dalam kategori sangat kuat berdasarkan “Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi” menurut Sugiyono (2017). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang sangat kuat antara kupon terhadap keputusan pembelian di Porkhub Palmerah via GrabFood.

**Gambar 2. Hasil Penghitungan Uji T**

**Versi Online:**<https://journal.ubm.ac.id/index.php/hospitality-pariwisata>[Doi: http://dx.doi.org/10.30813/jhp.v7i2.3017](http://dx.doi.org/10.30813/jhp.v7i2.3017)**Hasil Penelitian**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta			
	B	Std. Error				
(Constant)	6.775	2.978			2.275	.025
KETERSEDIAAN KUPON	2.378	.428	.457		5.553	.000
KECENDERUNGAN PENGGUNAAN KUPON	2.352	.466	.465		5.051	.000
KEMUDAHAN PENUKARAN KUPON	2.181	.571	.434		5.317	.000

a. Dependent Variable: TOTAL KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber : Data primer yang diolah dengan program SPSS versi 25

Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan oleh peneliti dalam penelitian pengaruh kupon terhadap keputusan pembelian via GrabFood di Porkhub Palmerah, didapatkan kesimpulan untuk rumusan permasalahan sebagai berikut :

1. Berdasarkan Uji T, pengujian yang dilakukan pada sub variabel ketersediaan kupon terhadap keputusan pembelian (via GrabFood) di Porkhub, Palmerah didapatkan hasil yaitu sebesar 5,553 > 1,990 yang berarti bahwa Ho ditolak dan Ha diterima, dapat disimpulkan dari hasil tersebut bahwa sub variabel ketersediaan kupon memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (via GrabFood) di Porkhub, Palmerah.

2. Berdasarkan Uji T, pengujian yang dilakukan pada sub variabel kecenderungan penggunaan kupon terhadap keputusan pembelian (via GrabFood) di Porkhub, Palmerah didapatkan hasil yaitu sebesar 5,051 > 1,990 yang berarti bahwa Ho ditolak dan Ha diterima, dapat disimpulkan dari hasil tersebut bahwa sub variabel kecenderungan penggunaan kupon memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (via GrabFood) di Porkhub, Palmerah.

3. Berdasarkan Uji T, pengujian yang dilakukan pada sub variabel kemudahan penukaran kupon terhadap keputusan pembelian (via GrabFood) di Porkhub, Palmerah didapatkan hasil yaitu sebesar 5,317 > 1,990 yang berarti bahwa Ho ditolak dan Ha diterima, dapat disimpulkan dari hasil tersebut bahwa sub variabel

kemudahan penukaran kupon memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (via GrabFood) di Porkhub, Palmerah.

**Gambar 3. Hasil Penghitungan Uji F**

Model	ANOVA <sup>a</sup>				
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	4618.445	3	1539.482	102.841	.000 <sup>b</sup>
Residual	1332.286	89	14.970		
Total	5950.731	92			

a. Dependent Variable: TOTAL\_KEPUTUSAN\_PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant),

TOTAL\_KEMUDAHAN\_PENUKARAN\_KUPON,

TOTAL\_KETERSEDIAAN\_KUPON,

TOTAL\_KECENDERUNGAN\_PENGGUNAAN\_KUPON

Sumber : Data primer yang diolah dengan program SPSS versi 25

Berdasarkan Uji F, pengujian yang dilakukan pada seluruh sub variabel yaitu ketersediaan kupon, kecenderungan penggunaan kupon, dan kemudahan penukaran kupon terhadap keputusan pembelian (via GrabFood) di Porkhub, Palmerah didapatkan hasil yaitu sebesar 102,841 > 2,71 dan nilai signifikansinya 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa sub variabel ketersediaan kupon, kecenderungan penggunaan kupon, dan kemudahan penukaran kupon secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian (via GrabFood) di Porkhub, Palmerah.

**SIMPULAN****Simpulan**

Terdapat pengaruh ketersediaan kupon, kecenderungan penggunaan kupon, serta kemudahan penukaran kupon yang signifikan terhadap keputusan pembelian (via GrabFood) di Porkhub, Palmerah. Selain itu ketersediaan kupon, kecenderungan penggunaan kupon, dan kemudahan penukaran kupon secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian (via GrabFood) di Porkhub, Palmerah. Dimana nilai koefisien korelasi Product Moment Pearson yang dihasilkan adalah sebesar 0,871 dan masuk dalam kategori sangat kuat. Ditambah koefisien

determinasi yang didapatkan dari penelitian ini adalah sebesar 76% dimana nilai ini dapat diartikan terdapat pengaruh yang kuat antara kupon terhadap keputusan pembelian via GrabFood di Porkhub Palmerah. Hal ini mendukung penelitian sebelumnya dari Pride & Ferrel (2016), yang menyatakan bahwa kupon mampu menimbulkan respon langsung yang berupa minat dalam pembelian

### **Saran**

1. Porkhub Palmerah dapat terus mempertahankan kemudahan dalam penukaran kupon yang diberikan agar konsumen tertarik dalam menggunakan promo kupon
2. Membuat kerjasama dengan platform delivery lainnya dengan tipe promo/kupon seperti kupon Cicip yang terbukti efektif mengundang konsumen untuk memutuskan membeli di Porkhub Palmerah

### **Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian masih terdapat beberapa keterbatasan sebagai berikut :

1. Terdapat 24% faktor dari variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
2. Peneliti hanya meneliti mengenai pengaruh kupon cicip di GrabFood terhadap keputusan pembelian sedangkan masih terdapat tipe kupon lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Abderahmman, K. F. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Citra Merek terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi GrabFood Indonesia. Malang: Jurnal Ekonomi dan Bisnis.

- Adizka, F. (2019). Pengaruh Sales Promotion terhadap Customer Loyalty Pengguna Aplikasi Mobile Payment, DANA. Jakarta: Universitas Pertamina.
- Agbi, B. D., & Mande, S. (2019). Sales Promotion and Consumer's Purchase Decision in The Nigerian Beverage Industry. *Journal of Marketing* , 2, 3-17.. Li, M. Z., & Fan, P. (2015). Effect of Online Reviews on Consumer Purchase Behavior. *Journal of Service and Management* , 419-424.
- Agus, H. (2012). Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Amna, S. N. (2018). Analisis Efektifitas Sales Promotion pada Gojek dan Grab serta Pengaruhnya terhadap Keputusan Pengguna Transportasi Online di Kota Makassar. Makassar: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Anim, A. &. (2020). Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Kembali (Studi Kasus pada Start Up Coffee Renon Denpasar). *Jurnal Manajemen dan Bisnis* , 6-28.
- Anisa, D. F. (2018, 11 26). Berita Satu. Retrieved 4 20, 2021, from Berita Satu <https://www.beritasatu.com/megapolitan/524394/jakarta-tarik-minat-wisatawan-dengan-sajian-kuliner>
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Dantes, N. (2012). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Davis, B. (2012). *Food and Beverage Management*, 5th Edition. New York: Rotledge.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Herman, M. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (13 ed.). Jakarta: Erlangga.

**Versi Online:**<https://journal.ubm.ac.id/index.php/hospitality-pariwisata>[Doi: http://dx.doi.org/10.30813/jhp.v7i2.3017](http://dx.doi.org/10.30813/jhp.v7i2.3017)**Hasil Penelitian**

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemen* (15 ed.). New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2017). *E-Commerce Business, Technology, Society* (12 ed.). England: British Library Cataloguint-in.
- Notoatmodjo, S. (2018). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Oladepo, I. O., & Odunlami, S. (2015). The Influence of Brand Image and Promotional Mix On Consumer Buying Decision A Study Of Beverage Consumer In Lagos State, Nigeria. *British Journal of Marketing Studies* , 211-254.
- Park, E. J., & Forney, C. J. (2012). A Structural Model of Fashion-Oriented Impulse Buying Behaviour. *Journal of Marketing and Management* , 443-446.
- Peter, J. P., & Donnelly, J. (2014). *A Preface To Marketing Management* (12 ed.). New York: Mc Graw Hill.
- Pride, W. M., & Ferrel, O. C. (2016). *Marketing*. United States: Cengage Learning.
- Priyanto, D. (2012). *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Rihanto, D. (2019, 8 1). Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman Sumbang 6,35% terhadap PDB Nasional. Retrieved 4 19, 2021, from *Pikiran Rakyat*: <https://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/pr-01316389/pertumbuhan-industri-makanan-dan-minuman-sumbang-635-terhadap-pdb-nasional?page=2>
- Siregar, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif : dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual dan SPSS*. Jakarta: Penerbit Kencana.
- Soni, N., & Varghese, M. (2019). Investigating Impact of Consumer Promotion towards Buying Decision: A Demographic Analysis. *International Journal of Multidisciplinary* , 63-67.
- Statistik, B. P. (2020, 6 13). BPS. Retrieved 4 20, 2021, from BPS: <https://www.bps.go.id/>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryaningsih, I. B. (2019). The Effect Of Coupon Sales Promotion, Online Customer Review And Perceived Enjoyment On Repurchase Intention In e-Commerce Shopee. *International Journal of Scientific & Technology Researc*, 92-147.