

ABSTRAK
ANALISIS PENGARUH SIKAP TERHADAP GRATIS ONGKOS KIRIM
DAN SIKAP TERHADAP POTONGAN HARGA PADA NIAT
MENGGUNAKAN ULANG GOFOOD DAN GRABFOOD

Tiara Rahayu Maharani

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2022

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1) Pengaruh sikap terhadap gratis ongkos kirim dan sikap terhadap potongan harga pada niat menggunakan ulang GoFood dan GrabFood; 2) Perbedaan sikap terhadap gratis ongkos kirim, sikap terhadap potongan harga, dan niat menggunakan ulang konsumen GoFood dan GrabFood di Yogyakarta. Populasi penelitian ini adalah semua orang yang pernah menggunakan jasa Gofood dan GrabFood. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda; Paired Sample T-test. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Sikap terhadap gratis ongkos kirim dan sikap terhadap potongan harga berpengaruh positif pada niat menggunakan ulang GoFood dan GrabFood; 2) Tidak terdapat perbedaan sikap terhadap gratis ongkos kirim, sikap terhadap potongan harga dan niat menggunakan ulang konsumen GoFood dan GrabFood di Yogyakarta.

Kata Kunci: Sikap, Gratis Ongkos Kirim, Potongan Harga, Niat Menggunakan Ulang, GoFood, GrabFood

ABSTRACT

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF ATTITUDE ON FREE SHIPPING AND DISCOUNT ON GOFOOD AND GRABFOOD REUSING INTENTIONS

Tiara Rahayu Maharani

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2022

This study aims to determine 1) the effect of attitudes towards free shipping and attitudes towards price discounts on the intention to reuse GoFood and GrabFood; 2) Differences in attitudes towards free shipping, attitudes towards price discounts, and the intention to reuse GoFood and GrabFood consumers in Yogyakarta. The population of this study are all people who have used the services of Gofood and GrabFood. The sampling technique used was purposive sampling with a total sample of 100. The data analysis technique used was multiple linear regression; Paired Sample T-test. The results of this study indicate that 1) Attitudes towards free shipping and attitudes towards price discounts have a positive effect on intentions to reuse GoFood and GrabFood; 2) There is no difference in attitudes towards free shipping, attitudes towards price discounts and the intention to reuse GoFood and GrabFood consumers in Yogyakarta.

Keywords: Attitude, Free Shipping, Discount, Intention to Reuse, GoFood, GrabFood