

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN  
TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN LAYANAN GRAB  
FOOD PADA MAHASISWA EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUSLIM INDONESIA**



OLEH :

**NOVA ARDILLA RAHMAN**

NIM : 02220200008

Program Studi Ilmu Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUSLIM INDONESIA  
MAKASSAR**

**2024**

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN  
TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN LAYANAN GRAB FOOD  
PADA MAHASISWA EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS  
MUSLIM INDONESIA**



OLEH :

**NOVA ARDILLA RAHMAN**

NIM : 02220200008

SKRIPSI SEBAGAI SALAH SATU SYARAT UNTUK MEMPEROLEH GELAR  
SARJANA PADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS  
MUSLIM INDONESIA

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUSLIM INDONESIA  
MAKASSAR**

**2024**

## HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

JUDUL : PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KEPERCAYAAN  
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN  
PENGUNAAN LAYANAN GRABFOOD PADA  
MAHASISWA EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUSLIM INDONESIA

NAMA MAHASISWA : NOVA ARDILLA RAHMAN

NIM : 02220200008

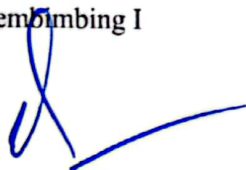
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS

JURUSAN/PRODI : Manajemen

KONSENTRASI : Pemasaran

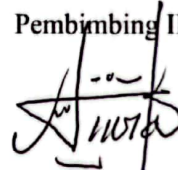
Menyetujui :

Pembimbing I



Dr. Drs. Amir, S.E., M.Ag

Pembimbing II



Hj. Wahida Amra, S.E., M.M

Mengetahui :

Dekan



Dr. H. Mohammad Syafi'i A Basalamah SE.,MM.

Ketua Jurusan/ Prodi



Moh. Zulkifli Murfat, S.Kom., SE., MM

## HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

JUDUL : PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KEPERCAYAAN  
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN  
PENGUNAAN LAYANAN GRABFOOD PADA  
MAHASISWA EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUSLIM INDONESIA

NAMA MAHASISWA : NOVA ARDILLA RAHMAN

NIM : 02220200008

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS

JURUSAN PRODI : Manajemen

KONSENTRASI : Pemasaran

Disahkan Oleh :

Komisi Penguji :

|                                                |           |         |
|------------------------------------------------|-----------|---------|
| Dr. Drs. Amir, S.E., M.Ag                      | (Ketua)   | (.....) |
| Prof. Dr. Hj. A. Niniek F. Lantara, S.E., M.Si | (Anggota) | (.....) |
| Hj. Wahidah Amra, S.E., M.M                    | (Anggota) | (.....) |
| Muhammad Ashoer Zaenal, S.E., M.M              | (Anggota) | (.....) |

Mengetahui :

Dekan



Dr. H. Muhammad Syaiful Basalamah SE., MM.

## HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

JUDUL : PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KEPERCAYAAN  
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN  
PENGUNAAN LAYANAN GRABFOOD PADA  
MAHASISWA EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUSLIM INDONESIA

NAMA MAHASISWA : NOVA ARDILLA RAHMAN

NIM : 02220200008

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS

JURUSAN/PRODI : Manajemen

KONSENTRASI : Pemasaran

Disahkan Oleh :

Komisi Penguji :

Dr. Drs. Amir, S.E., M.Ag (Ketua) (.....)

Hj. Wahidah Amra, S.E., M.M (Anggota) (.....)

Prof. Dr. Hj. A. Niniek F. Lantara, S.E., M.Si (Anggota) (.....)

Muhammad Ashoer Zaenal, S.E., M.M (Anggota) (.....)

Mengetahui :

Dekan

**Dr. H. Muhammad Syafi'I ABasalamah SE.,MM.**

## PERNYATAAN ORISINILITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nova Ardilla Rahman

Nomor Mahasiswa : 02220200008

Jurusan/Prodi : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul:

**“Pengaruh *Brand Image* Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Grab Food Pada Mahasiswa Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia”** adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik disuatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka. Apabila dikemudian hari ternyata didalam naskah ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Makassar, 1 Februari 2024

Yang membuat pernyataan

**Nova Ardilla Rahman**

.....

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahiim

Puji syukur kehadiran Allah SWT, Berkat hidayah dan taufiq-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Brand Image* Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Grab Food Pada Mahasiswa Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia”** sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia

Selanjutnya penulis telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari Ibu **Dr. Drs. Amir, S.E., M.Ag** dan Bapak **Hj. Wahidah Amra, S.E., M.M** selaku Pembimbing I dan Pembimbing II, atas segala bantuan yang telah diberikan dan bersedia meluangkan waktunya membimbing serta mengarahkan penulis dalam penyusunan penyelesaian skripsi ini. Atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan penulis ucapkan banyak terima kasih. Semoga apa yang diberikan mendapatkan Ridha dari Allah Subhanahu wa Ta’ala dan bernilai ibadah di sisi-Nya. Aamiin.

Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada :

1. Bapak H. Muh Mokhtar Noer Jaya, SE.,M.Si. Selaku Ketua Yayasan Wakaf UMI dan Bapak Prof. Dr. H. Sufirman Rahman, SH.,MH. Selaku Ketua Rektor Universitas Muslim Indonesia yang telah memberikan saya kesempatan untuk menimba ilmu di Universitas Muslim Indonesia.
2. Bapak. Dr. H Muhammad Syafi’i A Basalamah Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia dan Bapak Moh. Zulkifli Murfat, S.Kom.,SE.,MM Selaku Ketua Jurusan Manajemen.
3. Bapak dan Ibu dosen beserta seluruh civitas akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia.
4. Seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan urusan-urusan akademik selama menjadi mahasiswa.

5. Teristimewa saya haturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada orang tua saya tercinta **Ibunda Niswahidah** dimana dengan berkah do'a tulusnya, memfasilitasi dan mengiringi langkah penulis baik dukungan moril maupun materil sehingga penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas-tugas akademik tepat pada waktunya.
6. Untuk diri ini, terima kasih selalu kuat dalam berbagai masalah yang dihadapi, terima kasih selalu menerima baik buruknya perjalanan hidup ini, terima kasih sudah bertahan lebih lama, terima kasih tidak mau mengeluh kepada siapapun dan selalu menyimpan masalah yang dihadapi sendiri di perantauan ini, terima kasih sudah menjadi dewasa sebelum waktunya, Aku Sangat Mencitaimu (Diriku).
7. Seluruh Keluarga Besar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia angkatan 2020, terima kasih kebersamaanya.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan rekan-rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia.

Makassar, Februari 2024

**Nova Ardilla Rahman**



## ABSTRAK

Nova Ardilla Rahman, 02220200008. Pengaruh *Brand Image* Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Grab Food Pada Mahasiswa Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah brand image dan kepercayaan konsumen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan layanan GrabFood serta variabel manakah yang paling kuat pengaruhnya terhadap keputusan penggunaan layanan GrabFood oleh mahasiswa FEB UMI.

Penelitian ini menggunakan dua variabel bebas yaitu *brand image* (X1) dan kepercayaan konsumen (X2) dan untuk variabel terikatnya menggunakan keputusan penggunaan (Y). Adapun metode penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif yang disebar kepada 100 responden menggunakan kuesioner dengan teknik simple random sampling.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel brand image dan kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan layanan GrabFood pada Mahasiswa FEB UMI. Dan hasil penelitian ini membuktikan bahwa brand image dan kepercayaan konsumen berpengaruh parsial terhadap keputusan penggunaan layanan GrabFood pada Mahasiswa FEB UMI.

**Kata Kunci:** *Brand image*, kepercayaan konsumen, keputusan penggunaan

## **ABSTRAK**

*Nova Ardilla Rahman 02220200008. The Influence of Brand Image and Consumer Trust on Decisions to Use Grab Food Services among Economics and Business Students at Indonesian Muslim University.*

*This research aims to find out whether brand image and consumer trust have a significant influence on the decision to use the GrabFood service and which variables have the strongest influence on the decision to use the GrabFood service by FEB UMI students.*

*This research uses two independent variables, namely brand image (X1) and consumer trust (X2) and for the dependent variable uses usage decisions (Y). This research method is a quantitative method with a descriptive approach which was distributed to 100 respondents using a questionnaire with a simple random sampling technique.*

*The results of this research show that the variables brand image and consumer trust have a positive and significant effect on the decision to use GrabFood services among FEB UMI students. And the results of this research prove that brand image and consumer trust have a partial influence on the decision to use GrabFood services among FEB UMI students.*

***Keywords: Brand image, consumer trust, usage decisions***

## DAFTAR ISI

| Text                                      | Halaman     |
|-------------------------------------------|-------------|
| <b>HALAMAN JUDUL LUAR.....</b>            | <b>i</b>    |
| <b>HALAMAN JUDUL DALAM.....</b>           | <b>ii</b>   |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING.....</b> | <b>iii</b>  |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI .....</b>   | <b>iv</b>   |
| <b>PERNYATAAN ORISINILITAS.....</b>       | <b>v</b>    |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                | <b>vii</b>  |
| <b>ABSTRAK .....</b>                      | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                    | <b>xii</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>    |
| A. Latar Belakang .....                   | 1           |
| B. Rumusan Masalah .....                  | 3           |
| C. Tujuan Penelitian .....                | 4           |
| D. Manfaat Penelitian .....               | 4           |
| <b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....</b>      | <b>6</b>    |
| A. Tinjauan Teori.....                    | 6           |
| 1. Teori <i>Brand Image</i> .....         | 6           |
| 2. Kepercayaan Konsumen .....             | 8           |
| 3. Teori Keputusan Penggunaan.....        | 9           |

|                                                     |           |
|-----------------------------------------------------|-----------|
| B. Penelitian Terdahulu .....                       | 11        |
| C. Kerangka Konseptual Penelitian .....             | 14        |
| D. Hipotesis.....                                   | 15        |
| <b>BAB III. METODE PENELITIAN .....</b>             | <b>16</b> |
| A. Pendekatan Penelitian .....                      | 16        |
| B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....                | 16        |
| C. Jenis dan Sumber Data .....                      | 16        |
| 1. Data Primer.....                                 | 16        |
| 2. Data Sekunder .....                              | 17        |
| D. Teknik Pengumpulan Data .....                    | 17        |
| E. Populasi dan Sampel .....                        | 18        |
| 1. Polpulasi .....                                  | 18        |
| 2. Sampel .....                                     | 18        |
| F. Metode Analisis Data .....                       | 19        |
| G. Definisi Operasional dan Pengukurannya .....     | 23        |
| <b>BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b> | <b>25</b> |
| A. Deskripsi Tempat Penelitian .....                | 25        |
| 1. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis .....        | 25        |
| 2. Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis.....   | 27        |
| B. Hasil Penelitian .....                           | 28        |
| 1. Deskripsi Responden .....                        | 28        |
| 2. Deskripsi Hasil Kuesioner .....                  | 30        |
| 3. Pengujian Instrumen Penelitian.....              | 39        |

|                                          |           |
|------------------------------------------|-----------|
| 4. Pengujian Asumsi Klasik .....         | 43        |
| 5. Analisis Regresi Linier Berganda..... | 47        |
| C. Pembahasan Hasil Penelitian .....     | 50        |
| <b>BAB V. SIMPULAN DAN SARAN.....</b>    | <b>56</b> |
| A. simpulan .....                        | 56        |
| B. Saran.....                            | 56        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>              | <b>58</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                     | <b>60</b> |

## DAFTAR TABEL

| Nomor | Text                                                       | Halaman |
|-------|------------------------------------------------------------|---------|
| 1.    | Penelitian Terdahulu.....                                  | 3       |
| 2.    | Interval Skor Skala Likert.....                            | 17      |
| 3.    | Responden Berdasarkan Angkatan .....                       | 28      |
| 4.    | Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                  | 29      |
| 5.    | Hasil Kuesioner Indikator <i>Brand Image</i> .....         | 30      |
| 6.    | Hasil Kuesioner Indikator Kepercayaan Konsumen .....       | 33      |
| 7.    | Hasil Kuesioner Indikator Penggunaan Layanan GrabFood..... | 36      |
| 8.    | Hasil Uji Validitas .....                                  | 38      |
| 9.    | Hasil Uji Reliabilitas .....                               | 39      |
| 10.   | Hasil Analisis Statistik Variabel X1 .....                 | 40      |
| 11.   | Hasil Analisis Statistik Variabel X2 .....                 | 41      |
| 12.   | Hasil Analisis Statistik Variabel Y .....                  | 41      |
| 13.   | Hasil Uji Normalitas .....                                 | 42      |
| 14.   | Hasil Uji Multikolinearitas.....                           | 44      |
| 15.   | Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....               | 46      |
| 16.   | Hasil Uji Koefisien Determinasi .....                      | 48      |

## DAFTAR GAMBAR

| Nomor | Text                                      | Halaman |
|-------|-------------------------------------------|---------|
| 1.    | Kerangka Konseptual .....                 | 14      |
| 2.    | Responden Berdasarkan Angkatan .....      | 28      |
| 3.    | Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..... | 29      |
| 4.    | Kurva Uji Normalitas P-Plot.....          | 43      |
| 5.    | Grafik Scatterplot Heteroskedasitas ..... | 45      |

## DAFTAR LAMPIRAN

| Nomor | Text                                              | Halaman |
|-------|---------------------------------------------------|---------|
| 1.    | Kuesioner Penelitian ( <i>Google Form</i> ) ..... | 57      |
| 2.    | Tabel r .....                                     | 59      |
| 3.    | Hasil Kuesioner Penelitian .....                  | 60      |
| 4.    | Hasil Analisis Data.....                          | 63      |