

ABSTRAK

Muhammad Nur Isra Hidayatullah ,Tahun 2026. “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee Food Di Kota Makassar”.Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing Oleh: Muhammad Rusydi.dan Achmad Ac.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian pada pengguna ShopeeFood di Kota Makassar. Pendekatan yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 108 responden yang merupakan pengguna ShopeeFood di Kota Makassar. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan bantuan aplikasi SPSS, setelah melalui uji asumsi klasik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu, kepuasan konsumen juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, yang dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 7,659 dan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan dan semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen, maka semakin besar pula kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian melalui ShopeeFood.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen, Keputusan Pembelian, ShopeeFood.

ABSTRACT

Muhammad Nur Isra Hidayatullah, 2026. "The Influence of Service Quality and Consumer Satisfaction on Purchase Decisions of ShopeeFood Users in Makassar City." Undergraduate Thesis, Department of Management, Faculty of Economics and Business, Universitas Muhammadiyah Makassar. Supervised by Muhammad Rusydi, and Achmad AC.

This study aims to determine the effect of service quality and consumer satisfaction on purchase decisions among ShopeeFood users in Makassar City. The research employs a quantitative approach, with data collected through questionnaires distributed to 108 respondents who are ShopeeFood users in Makassar City. The data analysis technique used is multiple linear regression with the assistance of SPSS, following classical assumption tests.

The results show that service quality has a positive and significant effect on purchase decisions. In addition, consumer satisfaction also has a positive and significant effect on purchase decisions, as evidenced by a t-value of 7.659 and a significance level of less than 0.05. This indicates that the better the service quality provided and the higher the level of consumer satisfaction, the greater the likelihood of consumers making purchase decisions through ShopeeFood.

Keywords: Service Quality, Consumer Satisfaction, Purchase Decision, ShopeeFood.