

ABSTRAK

Judul : Pengaruh Visualisasi, Kualitas Layanan, dan Citra Merek terhadap Aplikasi Grabfood (Studi di Wilayah Kota Jakarta Barat)

Nama : Cindy Loren

Program Studi : S-1 Manajemen

Pembimbing : Lia Amalia

Layanan *food delivery* belakangan ini semakin diminati. Perusahaan yang bergerak di bidang model bisnis ini biasanya menjalin kerja sama dengan restoran di berbagai tempat supaya dapat memesan makanan melalui situs atau aplikasi mereka. Layanan seperti ini semakin disukai masyarakat karena masyarakat tidak perlu repot-repot lagi untuk mendatangi lokasi dan mengantri. Grab sendiri telah hadir di Indonesia pada bulan Juni 2012 sebagai aplikasi pemesanan taksi. Kemudian pada bulan Mei 2015 Grab membuka layanan baru berupa ojek motor yang dinamakan Grab-Bike. Pada layanan Grab-Bike tidak hanya melayani pengiriman penumpang saja, namun juga melayani pengiriman barang dan juga pengiriman makanan.

Berdasarkan hasil pembahasan pada penelitian ini dapat diperoleh temuan penelitian bahwa Visualisasi, Kualitas Layanan, dan Citra Merek secara simultan (bersama-sama) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli pada jasa Grabfood di wilayah Kota Jakarta Barat. Dapat dilihat dari nilai signifikan Visualisasi, Kualitas Layanan, dan Citra Merek pada aplikasi Grabfood memiliki indikator-indikator yang disenangi oleh pelanggan/konsumen agar mereka Kembali untuk menggunakan aplikasi Grabfood. Salah satunya dikarenakan harga yang terjangkau, pelayanan yang baik, dan juga bagaimana aplikasi Grabfood memberikan konteks visual yang dapat mudah dipahami ataupun disukai oleh pelanggan/konsumen untuk membeli produk pada aplikasi tersebut.

Kata kunci:

Visualisasi, Kualitas Layanan, Citra Merek, Grab, Grabfood

ABSTRACT

Title : The Effect of Visualization, Service Quality and Brand Image on the Grabfood Application (Study in City Areas West Jakarta)
Name : Cindy Loren
Study Program : S-1 Management
Supervised : Lia Amalia

Food delivery services are increasingly in demand lately. Companies engaged in this business model usually collaborate with restaurants in various places so they can order food through their website or application. This kind of service is increasingly favored by the public because people don't have to bother going to locations and queuing. Grab itself has arrived in Indonesia in June 2012 as a taxi ordering application. Then in May 2015 Grab opened a new service in the form of motorbike taxis called Grab-Bike. The Grab-Bike service does not only serve passenger shipments, but also provides goods delivery and food delivery.

Based on the results of the discussion in this study, it can be found that the research findings show that visualization, service quality, and brand image simultaneously (together) have a positive and significant effect on Purchase Interest in Grabfood services in the City of West Jakarta. It can be seen from the significant value of Visualization, Service Quality, and Brand Image on the Grabfood application which has indicators that are preferred by customers / consumers so that they come back to use the Grabfood application. One of them is due to affordable prices, good service, and also how the Grabfood application provides a visual context that can be easily understood or liked by customers / consumers to buy products in the application.

Key words:

Visualization, Service Quality, Brand Image, Grab, Grabfood