

LAPORAN AKHIR PENELITIAN

**“ Analysis Of Consumer Behavior, Service Quality,
Company Image, And Price On Purchase Decisions Using
The Go-Jek Application Go-Food Features In The New
Habit Period (Study On Employees Of Pt. Citra Adi
Sarana Indonesia Gresik Branch)”**



Dr. Abdul Ghofur, S.E., M.Si. (0723116803)
Dr. Abid Muhtarom, S.E., S.Pd., M.S.E. (0709108603)
Miftakhul Arif

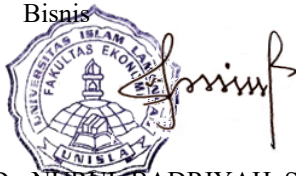
**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
UNIVERSITAS ISLAM LAMONGAN
TAHUN 2022**

HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN AKHIR PENELITIAN

1. Judul : Analysis Of Consumer Behavior, Service Quality, Company Image, And Price On Purchase Decisions Using The Go-Jek Application Go-Food Features In The New Habit Period (Study On Employees Of Pt. Citra Adi Sarana Indonesia Gresik Branch)
2. Skim :
3. Ketua Pelaksana :
 - a. Nama & Gelar : Dr. Abdul Ghofur, S.E.M.Si
 - b. NIDN : 0723116803
 - c. Fakultas/ Prodi : Ekonomi dan Bisnis/ Akuntansi
 - d. Bidang Keahlian : Akuntansi Keuangan
4. Jumlah Anggota Pelaksana :
 - a) Nama Anggota 1 : Dr. Abid Muhtarom
 - b) Nama Anggota 2 :
5. Jumlah Mahasiswa yang Terlibat :
 1. Nama Mahasiswa : Miftakhul Arfi
 2. NIM :
 3. Prodi : Akuntansi
6. Jangka Waktu Kegiatan :
7. Sumber Dana : Universitas Islam Lamongan
8. Jumlah Biaya Kegiatan : Rp. 4.800.000

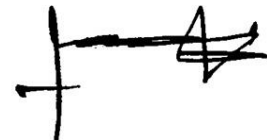
Lamongan, 26 April 2022

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis



(Dr. NURUL BADRIYAH, S.E., M.M.)
NIDN. 0019047502

Ketua Pelaksana



(Dr. Abdul Ghofur, S.E., M.Si)
NIDN. 0723116803

Menyetujui
Ketua LITBANG/PEMAS



Dr. Ir. Nur Azizah Affandy, ST.,
MT
NIDN. 0005127901

PRAKATA

Puji Syukur Alhamdulillah kami haturkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan karunia dan kuasa-Nya sehingga pelaksanaan penelitian ini dapat terlaksana dengan baik dan lancar. Kegiatan penelitian ini merupakan salah satu bagian dari kewajiban dosen yang tertera dalam Tri Dharma Perguruan Tinggi. Diharapkan penelitian ini mampu memberikan manfaat bagi masyarakat luas.

Ucapan terimakasih tidak lupa kami sampaikan kepada pihak-pihak terkait, salah satunya kepada Bank Rakyat Indonesia yang telah berkontribusi dalam memberikan pendanaan untuk kelancaran kegiatan penelitian ini sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan lancar, dan taklupa ucapan terimakasih juga kami sampaikan kepada Litbang Pemas Universitas Islam Lamongan yang telah memfasilitasi penelitian ini.

Laporan ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kami sangat mengharapkan saran, kritik dan masukan dari berbagai pihak agar dapat membuat laporan yang lebih baik dan memberikan hasil sekaligus manfaat yang optimal pada kegiatan selanjutnya.

Lamongan, 26 April 2022

Tim Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN PENGESAHAN

PRAKATA

DAFTAR ISI

DAFTAR LAMPIRAN

BAB 1. PENDAHULUAN

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

BAB 3. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

BAB 4. METODE PENELITIAN

BAB 5. HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

BAB 6. PEMBAHASAN

BAB 7. KESIMPULAN DAN SARAN

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

Surat Tugas Penelitian	15
Bukti Fisik Luaran/Output	17

BAB 1

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia transportasi di zaman modern semakin pesat. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya layanan transportasi yang mengikuti perkembangan zaman, misalnya aplikasi transportasi yang banyak digunakan masyarakat, salah satunya Go-Jek. Go-Jek banyak digunakan untuk layanan transportasi selain sebagai layanan pengantaran ke tujuan. Di era milenial saat ini, banyak yang telah menggunakan aplikasi ini dan dapat diakses melalui gadget masing-masing. Konsumen dapat dengan mudah menggunakannya tanpa harus repot. Namun, Go-Jek kini dapat digunakan untuk layanan pesan antar makanan bernama Go-Food. Fitur Go-Food di Go-Jek kini banyak digunakan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan setiap konsumen. Saat ini dunia sedang mengalami wabah virus COVID-19 yang berdampak negatif pada berbagai aspek kehidupan, terutama di bidang ekonomi.

Wabah ini mengharuskan semua orang untuk tinggal di rumah sambil menjaga protokol kesehatan seperti menjaga jarak, mencuci tangan, dan memakai masker. Akibat wabah ini, banyak tempat umum ditutup untuk umum, guna mencegah penyebaran virus. Hal ini juga dirasakan oleh orang-orang yang memiliki bisnis di sektor makanan, seperti gerai atau restoran yang sepi pengunjung karena adanya kekhawatiran. Dalam kehidupan normal baru atau transisi dari wabah virus COVID-19 ke kebiasaan baru dengan menerapkan protokol kesehatan, sehingga orang sering menggunakan aplikasi Go-Jek untuk memenuhi kebutuhan mereka, terutama dalam membeli makanan. Selain itu, untuk mencegah persaingan di dunia aplikasi online, perusahaan harus memperhatikan Perilaku Konsumen, Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, dan Harga sehingga konsumen dalam membuat keputusan pembelian tetap memilih aplikasi Go-Jek. Schiffman dan Kanuk (2008:6) dalam penelitian Qz, Aldo Fatoni dkk (2017:3) Perilaku Konsumen atau perilaku konsumen adalah cara seseorang dalam teknik pengambilan keputusan dan pemanfaatan sumber daya yang ada seperti usaha, waktu, uang, untuk membeli barang yang dikonsumsi. Perilaku Konsumen atau perilaku konsumen juga ditunjukkan melalui pencarian,

pembelian, penggunaan, evaluasi, dan penentuan produk atau layanan yang diharapkan sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Kualitas Layanan atau kualitas jasa menurut (Kotler, 2013: 34) dalam penelitian Iqbal, Muhammad dkk (2020: 230) adalah kinerja dalam bentuk tindakan tidak berwujud dalam kepemilikan barang dan ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Kualitas layanan berbentuk jangka panjang dan merupakan hasil penilaian kepuasan pelanggan, artinya kualitas memberikan momentum kepada konsumen dalam memperkuat hubungan dengan perusahaan, dalam jangka panjang hubungan ini membutuhkan perusahaan untuk memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kotler (2012) dalam penelitian Nofiyanto, Komarudin (2019:32) Citra perusahaan adalah cara bagi perusahaan untuk mempersiapkan atau memikirkan, mengidentifikasi dan memposisikan perusahaan atau produk mereka untuk membentuk citra yang baik bagi masyarakat atau konsumen. Memberikan kesan yang baik dan terus mengembangkan kualitas perusahaan baik dari segi produk maupun jasa juga memengaruhi pembeli untuk menggunakan produk yang dihasilkan perusahaan. Menurut Kotler dan Keller (2014: 67) dalam penelitian R, Fadhil Fadhlur (2017: 55) harga termasuk dalam bauran pemasaran yang mewujudkan biaya atau pendapatan. Dalam harga atau harga tersebut terdapat program yang disesuaikan dengan karakteristik produk, saluran dan komunikasi yang membutuhkan banyak waktu.

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori

1. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam proses mendapatkan, mengonsumsi, dan mengevaluasi produk atau jasa. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Dalam konteks penggunaan aplikasi Go-Food, perilaku konsumen tercermin dari kebiasaan, preferensi, dan pola pembelian makanan secara online yang semakin meningkat pada masa new habit period.

2. Kualitas Layanan

Kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Kualitas layanan biasanya diukur melalui beberapa dimensi seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Kualitas layanan yang baik pada aplikasi Go-Food dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan mendorong keputusan pembelian ulang.

3. Citra Perusahaan

Citra perusahaan merupakan persepsi atau gambaran yang terbentuk di benak konsumen terhadap suatu perusahaan berdasarkan pengalaman dan informasi yang diterima. Citra perusahaan yang positif akan menumbuhkan kepercayaan dan loyalitas konsumen. Dalam layanan Go-Food, citra perusahaan dapat dilihat dari reputasi Go-Jek sebagai perusahaan teknologi yang inovatif, aman, dan mudah digunakan.

4. Harga

Harga merupakan sejumlah nilai yang harus dibayar konsumen untuk memperoleh suatu produk atau jasa. Harga memiliki peranan penting dalam keputusan pembelian karena berkaitan dengan daya beli dan persepsi nilai yang diterima konsumen. Harga yang kompetitif dan sesuai dengan kualitas layanan akan meningkatkan minat konsumen dalam menggunakan Go-Food.

5. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah proses pemilihan dan pembelian suatu produk atau jasa dari berbagai alternatif yang tersedia. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya perilaku konsumen, kualitas layanan, citra perusahaan, dan harga. Dalam penelitian ini, keputusan pembelian diukur dari kesediaan konsumen untuk menggunakan Go-Food sebagai pilihan utama dalam pemesanan makanan.

BAB 3

TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian menggunakan aplikasi Go-Jek fitur Go-Food pada masa new habit period.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian menggunakan aplikasi Go-Jek fitur Go-Food pada masa new habit period.
3. Untuk menganalisis pengaruh citra perusahaan terhadap keputusan pembelian menggunakan aplikasi Go-Jek fitur Go-Food pada masa new habit period.
4. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian menggunakan aplikasi Go-Jek fitur Go-Food pada masa new habit period.
5. Untuk menganalisis pengaruh perilaku konsumen, kualitas layanan, citra perusahaan, dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian menggunakan aplikasi Go-Jek fitur Go-Food pada masa new habit period pada karyawan PT. Citra Adi Sarana Indonesia Cabang Gresik.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang manajemen pemasaran, terutama yang berkaitan dengan perilaku konsumen, kualitas layanan, citra perusahaan, harga, serta keputusan pembelian pada layanan berbasis aplikasi digital. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi pihak manajemen Go-Jek, khususnya layanan Go-Food, dalam meningkatkan kualitas layanan, memperkuat citra perusahaan, serta menetapkan strategi harga yang sesuai dengan kebutuhan konsumen di masa new habit period. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi perusahaan lain yang bergerak di bidang layanan digital serta bagi peneliti selanjutnya sebagai bahan rujukan untuk penelitian sejenis.

BAB 4

METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif ini dengan cara mendistribusikan kuesioner. Peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel PT. Citra Adi Sarana. Cabang Gresik Indonesia berjumlah sekitar 60 orang. Alat analisis yang digunakan adalah Validitas, Reliabilitas, Asumsi Klasik, Korelasi Berganda, Regresi Linier Berganda, Koefisien Determinasi, uji-t, dan uji-F.

BAB 5

HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

Berikut ini adalah uji validitas dengan hasil yang menyatakan bahwa semua variabel Perilaku Konsumen, Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, Harga, dan Keputusan Pembelian memiliki $r_{count} > r_{table}$ yang berarti variabel-variabel tersebut valid.

Table 1
Validation Test Results

No	Variabel / Indikator	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	Consumer Behavior (X_1)	.657	.254	Valid
	Indikator			
	• ($X_{1.1}$)	.740	.254	Valid
	• ($X_{1.2}$)	.688	.254	Valid
2.	Service Quality (X_2)	.797	.254	Valid
	Indikator			
	• ($X_{2.1}$)	.850	.254	Valid
	• ($X_{2.2}$)	.800	.254	Valid
3.	Company Image (X_3)	.879	.254	Valid
	Indikator			
	• ($X_{3.1}$)	.855	.254	Valid
	• ($X_{3.2}$)	.848	.254	Valid
4.	Price (X_4)	.696	.254	Valid
	Indikator			
	• ($X_{4.1}$)	.707	.254	Valid
	• ($X_{4.2}$)	.721	.254	Valid
5.	Purchase Decision (Y)	.833	.254	Valid
	Indikator			
	• (Y.1)	.834	.254	Valid
	• (Y.2)	.789	.254	Valid

Hasil perhitungan menyatakan bahwa Alpha Crèbach $> 0,60$ yang berarti bahwa semua indikator dalam variabel Perilaku Konsumen, Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, Harga, dan Keputusan Pembelian memiliki $r_{count} > r_{table}$ yang berarti valid. Berikut adalah hasil uji reliabilitas sebagai berikut:

Table 2
Reliability Test Result

No	Variable	Cronbach's Alpha	r_{tabel}	Note
1.	Consumer Behavior (X_1)	.769	.60	Reliabel
2.	Service Quality (X_2)	.833	.60	
3.	Company Image (X_3)	.850	.60	
4.	Price (X_4)	.776	.60	
5.	Purchase Decision (Y)	.774	.60	

Hasil uji normalitas menjelaskan bahwa data Normal P.P Plot Regresi Standardized Residual tersebar pada garis diagonal dan distribusinya mengikuti arah garis diagonal grafik, sehingga penelitian ini berdistribusi normal. Hasil uji multikolinearitas dalam penelitian ini menyatakan bahwa nilai toleransi 0,10 atau sama dengan nilai VIF 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa model persamaan

regresi ini tidak terjadi multikolinearitas dan penelitian ini dapat dikatakan ideal. Dari hasil uji ini, dinyatakan baik, karena hasil yang diperoleh adalah titik-titik scatterplot tersebar di bawah atau sekitar 0 pada sumbu Y tanpa pola tertentu. Hasil uji korelasi berganda menunjukkan bahwa koefisien korelasi antara variabel Perilaku Konsumen, Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, dan Harga dengan variabel dependen Keputusan Pembelian adalah 0,772. Ini berarti bahwa hubungan antar variabel sangat kuat dengan nilai interval koefisien antara 0,60 - 0,799 yang berarti Kuat. Hasil yang diperoleh dari regresi linier berganda dalam penelitian ini menghasilkan persamaan regresi, yaitu $Y = 0,158 + 0,246X1 + 0,281X2 + 0,241X3 + 0,251X4$.

Dari persamaan ini dapat dilihat bahwa variabel yang paling dominan pada keputusan pembelian adalah variabel Kualitas Pelayanan (X2) karena nilai regresinya paling tinggi dibandingkan variabel lainnya. Koefisien determinasi (R kuadrat) yang diperoleh adalah 0,595. Sehingga dapat disimpulkan bahwa 59,5% Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh variabel independen, yaitu Perilaku Konsumen (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Citra Perusahaan (X3), dan Harga (X4), dan 40,5% Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh variabel lainnya. Dari uji-t, penelitian ini menjelaskan bahwa variabel Perilaku Konsumen, Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, dan Harga memiliki t-hitung > t-tabel, yang berarti terdapat pengaruh parsial terhadap Keputusan Pembelian. Hasil penelitian pada uji-t menunjukkan bahwa Perilaku Konsumen t-hitung 2,374 > t-tabel 2,004; Kualitas Layanan t-hitung 2,278 > t-tabel 2,004; Citra Perusahaan t-hitung 2,288 > t-tabel 2,004; Harga t-hitung 2,683 > t-tabel 2,004. Hasil uji F dalam penelitian ini menyatakan bahwa F-hitung > F-tabel, yang berarti bahwa variabel Perilaku Konsumen (X1), Kualitas Layanan (X2), Citra Perusahaan (X3), dan Harga (X4) memiliki pengaruh simultan terhadap Keputusan Pembelian.

Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian, yaitu F-hitung 20,234 > F-tabel 2,54. Hasil uji-t menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai t-hitung 2,374 > t-tabel 2,004. Perilaku Konsumen dalam Menentukan Keputusan Pembelian dengan Menggunakan Aplikasi Go-Jek, Fitur Go-Food saat ini semakin banyak digunakan oleh konsumen. Aplikasi ini mudah ditemukan oleh masyarakat karena

perkembangan di era digital yang telah berkembang pesat, sehingga perilaku konsumen sangat mudah menentukan keputusan pembelian dengan menggunakan aplikasi Go-Jek. Pendapat yang sama juga diungkapkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Qz, Aldo Fatoni, dkk (2017). Hasil uji t menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai t-hitung $2,278 > t\text{-tabel } 2,004$. Kualitas layanan harus memperhatikan kepuasan konsumen dalam menentukan keputusan pembelian sehingga konsumen tidak salah memilih dalam menentukan pembelian. Kualitas layanan yang baik memberikan hubungan yang baik dengan konsumen sehingga keputusan pembelian konsumen meningkat. Pendapat penelitian serupa dilakukan oleh Raymond (2017). Hasil uji t menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel Citra Perusahaan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai t-hitung $2,288 > t\text{-tabel } 2,004$. Citra perusahaan yang baik diberikan oleh

Luaran dari penelitian ini adalah jurnal nasional terakreditasi. Penelitian ini sudah publish pada jurnal Media Trend Vol. 17, No. 01 tahun 2022, dengan link sebagai berikut

<https://journal.trunojoyo.ac.id/mediatrend/article/view/13634>

BAB 6

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumen memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan aplikasi Go-Jek fitur Go-Food pada masa new habit period. Perubahan pola hidup masyarakat yang semakin mengandalkan layanan digital menyebabkan konsumen lebih memilih layanan yang praktis, cepat, dan mudah diakses. Hal ini membuat Go-Food menjadi salah satu alternatif utama dalam pemenuhan kebutuhan makanan. Kualitas layanan juga terbukti berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Layanan yang responsif, ketepatan waktu pengantaran, serta kemudahan penggunaan aplikasi memberikan pengalaman positif bagi konsumen. Kualitas layanan yang baik akan meningkatkan rasa puas dan kepercayaan konsumen sehingga mendorong mereka untuk terus menggunakan layanan Go-Food.

Citra perusahaan berperan penting dalam memengaruhi keputusan pembelian. Go-Jek sebagai perusahaan dengan citra yang baik dan dikenal luas oleh masyarakat mampu menciptakan rasa aman dan kepercayaan bagi konsumen. Citra positif tersebut membuat konsumen lebih yakin dalam menggunakan layanan Go-Food dibandingkan layanan sejenis lainnya. Harga menjadi faktor lain yang memengaruhi keputusan pembelian. Harga yang terjangkau, adanya promo, serta kesesuaian antara harga dan kualitas layanan mendorong konsumen untuk memilih Go-Food. Pada masa new habit period, konsumen cenderung lebih sensitif terhadap harga, sehingga strategi penetapan harga yang tepat sangat dibutuhkan. Secara simultan, perilaku konsumen, kualitas layanan, citra perusahaan, dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Keempat variabel tersebut saling berkaitan dan bersama-sama membentuk persepsi konsumen terhadap layanan Go-Food. Oleh karena itu, perusahaan perlu memperhatikan seluruh faktor tersebut secara terpadu untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

BAB 7

KESIMPULAN

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel Perilaku Konsumen, Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, dan Harga memiliki pengaruh parsial terhadap Keputusan Pembelian. Disimpulkan bahwa t hitung $>$ t tabel, yaitu Perilaku Konsumen t hitung 2,374 $>$ t tabel 2,004, Kualitas Layanan t hitung 2,278 $>$ t tabel 2,004, Citra Perusahaan t hitung 2,288 $>$ t tabel 2,004, dan Harga t hitung 2,683 $>$ t tabel 2,004. Hasil uji F menjelaskan bahwa nilai F hitung $>$ F tabel berarti variabel Perilaku Konsumen, Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, dan Harga memiliki pengaruh simultan terhadap Keputusan Pembelian dengan hasil F hitung 20,234 $>$ F tabel 2,54. Dari hasil regresi linier berganda, dinyatakan bahwa persamaan regresinya adalah $Y = 0,158 + 0,246X_1 + 0,281X_2 + 0,241X_3 + 0,251X_4$. Dari persamaan ini dapat dilihat bahwa variabel yang paling dominan pada Keputusan Pembelian adalah variabel Kualitas Layanan (X_2) karena nilai regresinya paling dominan dan tinggi dibandingkan variabel lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Iqbal, Muhammad dkk. 2020. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Merchant Go Food Festival Duta Mall Banjarmasin. JIEB : Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis. JIEb Jilid 6, No 2, Juli 2020. ISSN Online 2615-2134. STIE Pancsetia, Banjarmasin.
- Nofiyanto, Komarudin. 2019. Pengaruh Iklan dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Transaksi dengan Citra Perusahaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus di Bank BRI Syariah KCP Kendal). Institut Agama Islam Negeri Salatiga, Salatiga.
- Qz, Aldo Fatoni, dkk. 2017. Variabel-Variabel yang mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen dalam Menggunakan Jasa Transportasi Go-Jek Surabaya. Jurnal Bisnis Indonesia Vol. 8 No. 1 April.
- R, Fadhil Fadhlur R. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Gojek Malang (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang). Universitas Islam Malang, Malang

Lampiran : Surat Tugas Penelitian



UNIVERSITAS ISLAM LAMONGAN
LEMBAGA PENELITIAN, PENGEMBANGAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT
Jalan Veteran 53 A Lamongan
Telp. 0322-324706.– CP. 0815 2487 0028 / 0831 3478 0412 / 083 820 338 508
Email : litbangnemas@unisla.ac.id <https://www.litbangnemas.unisla.ac.id>

SURAT TUGAS

Nomor : 16/UNISLA.C10/PN/I/2022

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, Nama Dr. Ir. Nur Azizah Affandy, MT., IPM., ASEAN Eng. sebagai Ketua LitbangPemas dengan ini memberikan tugas kepada,

Nama : Dr. ABDUL GHOFUR, S.E., M.Si.
NIDN : 0723116803
Jabatan : Dosen Universitas Islam Lamongan
Keperluan : Melakukan Penelitian dengan judul "Analysis Of Consumer Behavior, Service Quality, Company Image, And Price On Purchase Decisions Using The Go-Jek Application Go-Food Features In The New Habit Period (Study On Employees Of Pt. Citra Adi Sarana Indonesia Gresik Branch)"
Pelaksanaan : Dilaksanakan pada tahun 2022

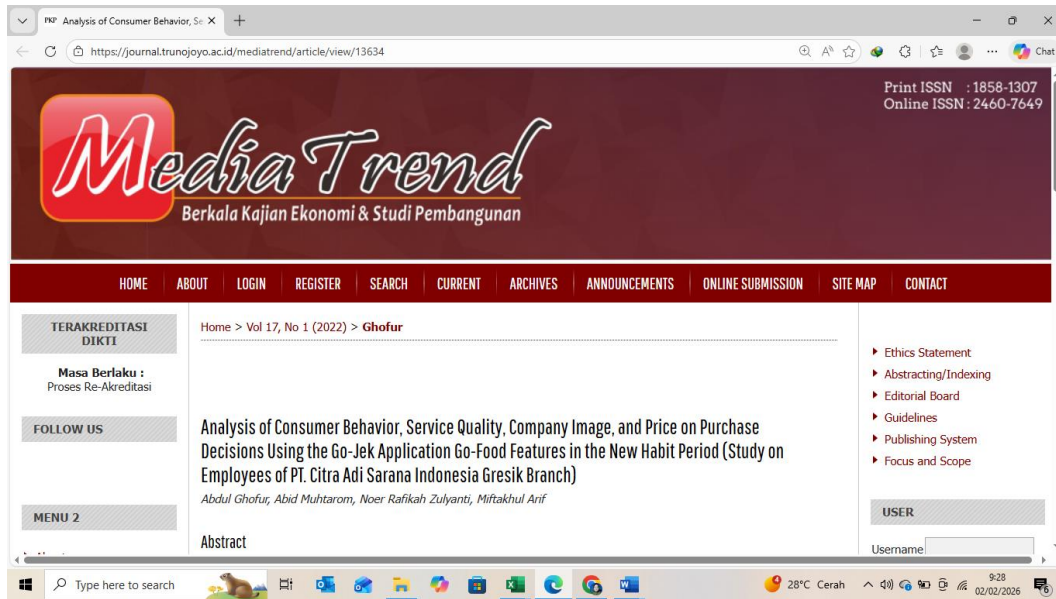
Demikian Surat tugas ini diberikan untuk dapat dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Lamongan, 3 Januari 2022

Ketua,
LITBANG BEMAS UNISLA

Dr. Ir. Nur Azizah Affandy, MT., IPM., ASEAN Eng.
NIDN. 0005127901

Bukti Fisik Luaran/Output



The screenshot displays the website for 'Media Trend', a journal focused on 'Berkala Kajian Ekonomi & Studi Pembangunan'. The page is viewed in a web browser with the URL <https://journal.trunojoyo.ac.id/mediatrend/article/view/13634>. The journal's ISSN information is provided: Print ISSN : 1858-1307 and Online ISSN : 2460-7649. The navigation menu includes HOME, ABOUT, LOGIN, REGISTER, SEARCH, CURRENT, ARCHIVES, ANNOUNCEMENTS, ONLINE SUBMISSION, SITE MAP, and CONTACT. The article title is 'Analysis of Consumer Behavior, Service Quality, Company Image, and Price on Purchase Decisions Using the Go-Jek Application Go-Food Features in the New Habit Period (Study on Employees of PT. Citra Adi Sarana Indonesia Gresik Branch)'. The authors listed are Abdul Ghofur, Abid Muhtarom, Noer Rafikah Zulyanti, and Miftakhul Arif. The page also features a 'TERAKREDITASI DIKITI' section, a 'Masa Berlaku' section, a 'FOLLOW US' section, and a 'MENU 2' section. On the right side, there is a 'USER' section with a 'Username' input field and a list of links: Ethics Statement, Abstracting/Indexing, Editorial Board, Guidelines, Publishing System, and Focus and Scope. The browser's taskbar at the bottom shows the system tray with a search bar, taskbar icons, and system information including 28°C, 'Cerah' weather, and the date 02/02/2026.

Dengan link berikut :

<https://journal.trunojoyo.ac.id/mediatrend/article/view/13634>

