

**Lampiran 1. Kuesioner Penelitian (Google Form)**



## Formulir Kuisisioner Penelitian Pengaruh *Brand Image* dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan penggunaan layanan GrabFood Pada Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia

Dalam rangka penyelesaian skripsi. Saya, Nova Ardilla bermaksud melakukan penelitian ilmiah untuk penyusunan skripsi dengan judul 'Pengaruh *Brand Image* dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan penggunaan layanan GrabFood pada Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia'. Sehubungan dengan hal tersebut mohon kesediaanya untuk meluangkan waktunya sejenak untuk mengisi beberapa pertanyaan/pernyataan pada kuisisioner ini

Atas perhatian dan kerja samanya, saya ucapkan terima kasih.

Atas perhatian dan kerja samanya, saya ucapkan terima kasih.

andinilandigala@gmail.com [Ganti akun](#)

Tidak dibagikan

**\* Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi**

Nama \*

Jawaban Anda

Angkatan \*

Jawaban Anda

Berikutnya Kosongkan formulir

**Pernyataan**

1. Sangat tidak setuju
2. Tidak setuju
3. Netral
4. Setuju
5. Sangat setuju

---

1. GrabFood merupakan layanan pengantaran makanan yang terkenal

1    2    3    4    5

Sangat tidak setuju                        Sangat setuju

---

2. GrabFood memiliki fitur yang lengkap sehingga memudahkan dalam penggunaan

1    2    3    4    5

Sangat tidak setuju                        Sangat setuju

3. GrabFood memiliki kredibilitas Perusahaan yang baik

1    2    3    4    5

Sangat tidak setuju                        Sangat setuju

---

4. GrabFood sering memberikan promo-promo yang menarik

1    2    3    4    5

Sangat tidak setuju                        Sangat setuju

---

5. GrabFood memudahkan konsumen karena tidak perlu bertatap muka antara pembeli dan penjual. Dan juga metode pembayarannya bisa non cash

1    2    3    4    5

Sangat tidak setuju                        Sangat setuju

6. Saya merasa GrabFood mempunyai reputasi yang bagus

1    2    3    4    5

Sangat tidak setuju                   Sangat setuju

7. Grabfood Memberikan kualitas layanan yang sesuai dengan harapan saya

1    2    3    4    5

Sangat tidak setuju                   Sangat setuju

8. GrabFood selalu memberikan pelayan yang terbaik bagi konsumennya

1    2    3    4    5

Sangat tidak setuju                   Sangat setuju

9. Grabfood selalu memberikan informasi kualitas restoran dengan bintang

9. Grabfood selalu memberikan informasi kualitas restoran dengan bintang sehingga memudahkan konsumen dalam memilih restoran

1    2    3    4    5

Sangat tidak setuju                   Sangat setuju

10. Saya merasa Grabfood dapat di andalkan dibandingkan kompetitornya

1    2    3    4    5

Sangat tidak setuju                   Sangat setuju

11. Saya melakukan pembelian di GrabFood karena tersedianya semua makanan dan restoran yang saya inginkan

1    2    3    4    5

Sangat tidak setuju                   Sangat setuju

12. Saya melakukan pembelian di GrabFood karena kualitas pelayanan saat pengorderan sangat baik

1    2    3    4    5

Sangat tidak setuju                   Sangat setuju

13. Saya melakukan pembelian di GrabFood setelah membandingkan dengan aplikasi lain

1    2    3    4    5

Sangat tidak setuju                   Sangat setuju

14. Saya melakukan pembelian di GrabFood karena memudahkan saya dalam pembayaran

1    2    3    4    5

## Lampiran 2. Tabel r

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701

75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

## Lampiran 3. Hasil Kuesioner Penelitian

	Brand Image (X1)										Kepercayaan Konsumen (X2)					Keputusan Penggunaan Layanan GrabFood(Y)				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2	Y1	Y2	Y3	Y4	Y			
1	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20			
2	4	5	4	4	5	22	5	4	4	4	4	21	4	4	4	5	17			
3	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20			
4	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20			
5	4	4	3	4	5	20	4	4	5	4	4	21	4	4	3	4	15			
6	5	5	5	4	5	24	5	5	5	4	3	22	4	4	4	4	16			
7	5	5	4	5	4	23	5	4	4	4	4	21	5	4	4	4	17			
8	4	4	4	4	4	20	4	5	5	4	4	23	3	4	4	4	15			
9	5	5	4	5	5	24	5	3	3	5	5	21	4	3	5	5	17			
10	5	4	4	3	4	20	4	3	3	4	4	18	4	4	3	4	15			
11	4	5	5	5	5	24	4	5	4	4	4	21	4	5	5	4	18			
12	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	20			
13	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	4	24	4	5	5	5	19			
14	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16			
15	5	4	4	5	5	23	4	4	4	3	3	19	4	4	4	4	16			
16	4	4	3	4	5	20	4	5	5	4	4	22	5	4	4	5	18			
17	5	5	5	4	5	24	4	5	5	4	4	23	4	5	4	5	18			
18	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20			
19	4	4	4	5	5	22	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20			
20	4	5	4	5	5	23	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20			
21	5	5	4	4	4	22	4	3	4	4	5	20	5	5	3	4	17			
22	4	4	4	4	5	21	4	4	5	4	5	22	4	4	4	4	16			
23	4	4	4	4	5	21	5	5	5	5	5	25	3	4	4	4	15			
24	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20	4	5	5	4	18			
25	5	4	4	4	4	21	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	20			
26	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20			
27	5	5	4	4	4	22	5	5	5	4	4	24	4	4	4	4	16			
28	5	5	5	5	5	25	4	4	4	5	5	22	5	4	4	5	18			
29	4	4	4	4	3	19	4	4	5	5	5	23	5	4	4	4	17			
30	5	5	5	5	4	24	4	4	5	5	5	23	5	5	5	5	20			
31	4	5	5	5	4	23	4	4	5	4	4	21	4	4	4	5	17			
32	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	3	23	3	3	4	4	14			
33	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20			

34	3	4	4	4	5	4	4	4	4	20	4	4	4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	4	4	4	4	16
35	4	4	5	4	5	4	4	4	5	22	4	4	4	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	4	4	4	16
36	4	4	4	4	4	4	4	4	5	20	4	5	3	4	4	4	3	21	4	4	4	4	4	4	4	4	16
37	4	4	4	4	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	16
38	4	5	5	4	4	4	4	4	4	22	4	4	3	4	4	4	3	19	4	4	5	4	4	4	4	4	17
39	5	5	4	4	5	5	5	5	5	24	5	5	4	4	5	4	4	24	5	3	3	5	5	5	5	5	16
40	5	5	4	4	5	5	5	5	5	24	5	5	5	5	5	5	5	24	5	5	5	5	5	5	5	5	20
41	4	3	3	4	4	4	3	3	3	18	3	4	3	4	4	4	3	17	4	3	4	4	4	4	4	4	15
42	4	4	4	4	3	4	4	4	4	19	4	4	3	4	4	4	3	18	3	4	4	4	4	4	3	3	13
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	16
44	5	4	4	4	4	5	4	4	4	22	5	4	4	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	4	4	4	15
45	5	5	4	4	5	4	4	4	5	23	5	4	5	4	4	4	4	22	5	5	5	5	5	5	5	5	20
46	4	4	4	4	4	4	4	4	5	20	4	5	4	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	4	4	4	16
47	4	3	3	5	4	4	5	4	4	19	5	4	4	4	5	4	4	22	4	4	4	4	4	4	4	4	16
48	5	5	4	5	5	5	5	5	4	24	4	4	4	4	5	5	3	20	3	3	4	4	4	4	4	4	13
49	4	4	3	4	4	4	4	4	4	19	4	4	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	16
50	4	4	4	4	4	5	4	4	4	21	4	4	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	16
51	5	5	4	4	4	4	4	4	4	22	4	4	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	17
52	5	4	3	3	3	4	4	4	3	19	4	3	4	4	3	4	3	17	4	3	4	4	4	4	4	4	15
53	5	4	4	4	3	5	5	5	5	21	5	5	4	4	4	4	3	21	4	4	4	4	4	4	4	4	16
54	5	5	4	4	5	5	5	5	4	24	4	4	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	3	5	16
55	5	5	5	4	4	4	4	4	4	23	4	4	4	4	4	4	4	20	4	4	5	5	5	5	4	4	18
56	5	5	4	4	4	5	4	4	4	23	4	4	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	3	5	5	16
57	1	3	4	4	5	2	3	3	3	15	3	3	3	2	1	4	3	12	4	4	4	4	4	4	4	4	16
58	4	4	4	4	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	4	4	4	15
59	4	3	3	4	3	4	4	3	4	17	3	4	4	4	3	4	4	18	4	4	4	4	4	3	4	4	15
60	5	4	4	4	5	5	4	4	4	23	4	4	4	5	5	4	4	22	4	4	4	4	4	3	4	4	15
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	4	4	3	18	4	3	4	4	4	2	3	3	12
62	5	4	4	4	4	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	16
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	4	4	3	18	3	3	3	3	3	3	3	3	12
64	5	5	5	5	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	4	4	4	23	4	4	4	4	4	4	4	4	16
65	4	5	5	5	4	4	4	4	4	22	4	4	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	16
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	16
67	4	4	3	5	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	4	4	4	4	16
68	4	4	5	5	3	4	4	4	4	21	4	4	4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	4	4	4	4	16
69	4	4	5	4	4	4	4	4	4	21	5	4	4	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	5	5	5	18
70	4	5	4	4	4	5	4	4	4	22	4	4	4	4	5	4	4	21	5	4	4	4	4	4	4	4	17



## Lampiran 4. Hasil Analisis Data

## 1. Hasil Uji Validitas

		<b>Brand Image (X1)</b>									
		<b>Correlations</b>									
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTAL				
X1.1	Pearson Correlation	1	.461**	.185	.031	.496**	.653**				
	Sig. (2-tailed)		.000	.065	.763	.000	.000				
	N	100	100	100	100	100	100	100			
X1.2	Pearson Correlation	.461**	1	.528**	.292**	.351**	.790**				
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.003	.000	.000				
	N	100	100	100	100	100	100	100			
X1.3	Pearson Correlation	.185	.528**	1	.356**	.115	.665**				
	Sig. (2-tailed)	.065	.000		.000	.255	.000				
	N	100	100	100	100	100	100	100			
X1.4	Pearson Correlation	.031	.292**	.356**	1	.169	.567**				
	Sig. (2-tailed)	.763	.003	.000		.093	.000				
	N	100	100	100	100	100	100	100			
X1.5	Pearson Correlation	.496**	.351**	.115	.169	1	.636**				
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.255	.093		.000				
	N	100	100	100	100	100	100	100			
TOTAL	Pearson Correlation	.653**	.790**	.665**	.567**	.636**	1				
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000					
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Kepercayaan Konsumen (X2)									
Correlations									
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL			
X2.1	1	.551**	.392**	.424**	.256*	.679**	Pearson Correlation		
		.000	.000	.000	.010	.000	Sig. (2-tailed)		
	100	100	100	100	100	100	N		
X2.2	.551**	1	.667**	.489**	.216*	.771**	Pearson Correlation		
	.000		.000	.000	.031	.000	Sig. (2-tailed)		
	100	100	100	100	100	100	N		
X2.3	.392**	.667**	1	.595**	.433**	.831**	Pearson Correlation		
	.000	.000		.000	.000	.000	Sig. (2-tailed)		
	100	100	100	100	100	100	N		
X2.4	.424**	.489**	.595**	1	.487**	.809**	Pearson Correlation		
	.000	.000	.000		.000	.000	Sig. (2-tailed)		
	100	100	100	100	100	100	N		
X2.5	.256*	.216*	.433**	.487**	1	.653**	Pearson Correlation		
	.010	.031	.000	.000		.000	Sig. (2-tailed)		
	100	100	100	100	100	100	N		
TOTAL	.679**	.771**	.831**	.809**	.653**	1	Pearson Correlation		
	.000	.000	.000	.000	.000	.000	Sig. (2-tailed)		
	100	100	100	100	100	100	N		
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).									
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).									



**Keputusan Penggunaan Layanan GrabFood (Y)**

Correlations						
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	TOTAL	
Y.1						
Pearson Correlation	1	.528**	.397**	.553**	.770**	
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100	100
Y.2						
Pearson Correlation	.528**	1	.600**	.450**	.819**	
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100	100
Y.3						
Pearson Correlation	.397**	.600**	1	.496**	.808**	
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	
N	100	100	100	100	100	100
Y.4						
Pearson Correlation	.553**	.450**	.496**	1	.770**	
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	
N	100	100	100	100	100	100
TOTAL						
Pearson Correlation	.770**	.819**	.808**	.770**	1	
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		
N	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## 2. Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics		
	Cronbach's Alpha	N of Items
<b>Brand Image (X1)</b>	.677	5
<b>Kepercayaan Konsumen (X2)</b>	.804	5
<b>Keputusan Penggunaan Layanan GrabFood (Y)</b>	.800	4

### 3. Analisis Statistik Deskriptif

<i>Brand Image (X1)</i> Statistics		
N	Valid	100
	Missing	0
Mean		21.76
Std. Error of Mean		.197
Median		22.00
Mode		21
Std. Deviation		1.970
Variance		3.881
Range		10
Minimum		15
Maximum		25
Sum		2176

Kepercayaan Konsumen (X2) Statistics		
N	Valid	100
	Missing	0
Mean		21.21
Std. Error of Mean		.218
Median		21.00
Mode		20
Std. Deviation		1.190
Variance		4.753
Range		13
Minimum		12
Maximum		25
Sum		2121

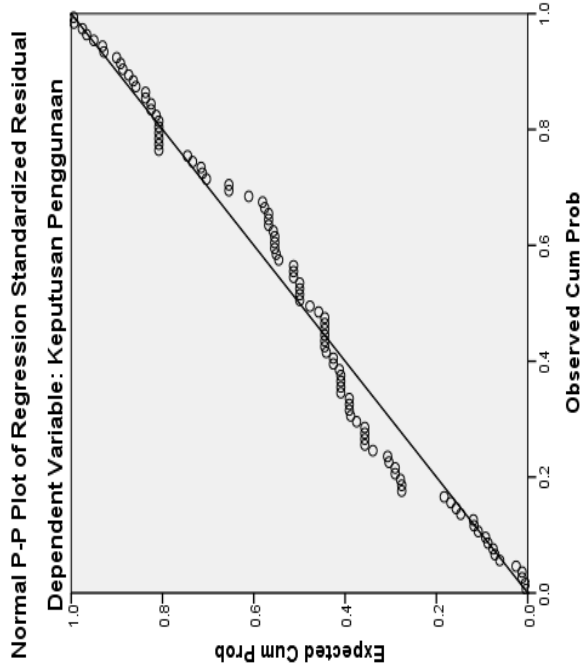
Keputusan Penggunaan Layanan grabfood(Y) Statistics		
N	Valid	100
	Missing	0
Mean		16.77
Std. Error of Mean		.179
Median		16.00
Mode		16
Std. Deviation		1.791
Variance		3.209
Range		8

Minimum	12
Maximum	20
Sum	1677

#### 4. Pengujian Asumsi Klasik

##### a. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
N	Unstandardized Residual 100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean .0000000
	Std. Deviation 1.46682020
Most Extreme Differences	Absolute .105
	Positive .098
	Negative -.105
Test Statistic	.105
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>	.008 <sup>d</sup>
a. Test distribution is Normal. b. Calculated from data. c. Lilliefors Significance Correction. d. This is a lower bound of the true significance. e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.	

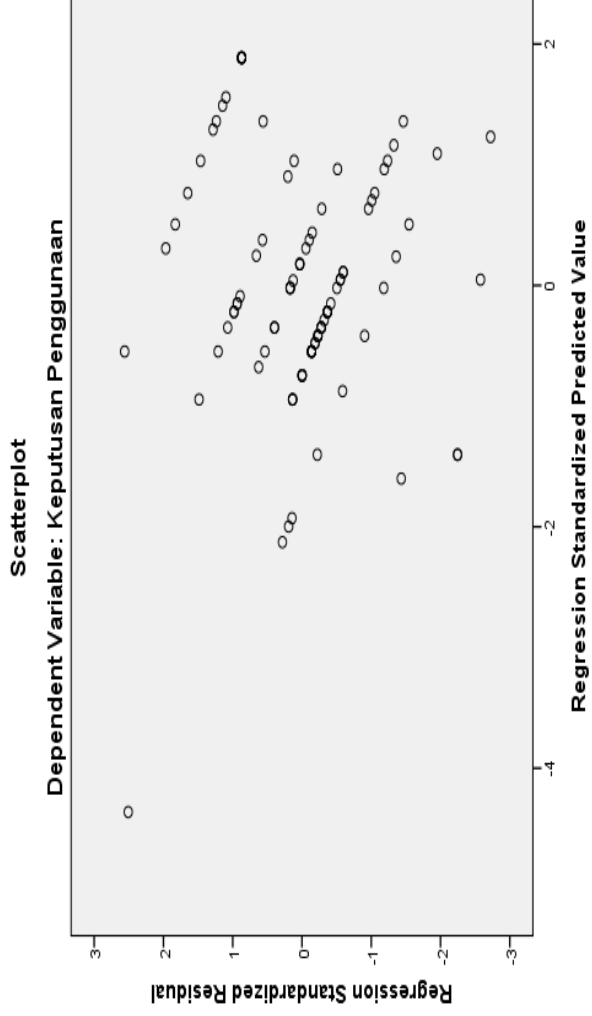


### b. Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.172	1.750		2.956	.004		
	<i>Brand Image</i>	.204	.094	.224	2.161	.033	.640	1.562
	Kepercayaan Konsumen	.337	.085	.411	3.952	.000	.640	1.562

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

c. Uji Heterokedasitas



5. Pengujian Regresi Linear Berganda

a. Uji T (Parsial)

Model		Coefficients <sup>a</sup>				Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	5.172	1.750		2.956	.004
	<i>Brand Image</i>	.204	.094	.224	2.161	.000
	Kepercayaan Konsumen	.337	.085	.411	3.952	.000

a. Dependent Variable : Keputusan Penggunaan Layanan

**b. Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.574 <sup>a</sup>	.330	.316	1.482

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan Konsumen, *Brand Image*

b. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan