



Judul Tugas Akhir Skripsi:

Pengaruh Fitur Rating Kopi Lokal pada Layanan GoFood Terhadap Minat Beli Konsumen (Survey Pengguna GoFood Kopi Dari Hati di Jakarta Selatan)

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : MUHAMMAD ZIDANE FAHREZY

NIM : 2110411014



PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
VETERAN JAKARTA

**Pengaruh Fitur Rating Kopi Lokal pada Layanan GoFood
Terhadap Minat Beli Konsumen (Survey Pengguna GoFood Kopi
Dari Hati di Jakarta Selatan)**



Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Muhammad Zidane Fahrezy

2110411014

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA

2024

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Muhammad Zidane Fahrezy

NIM : 2110411014

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 12 Juni 2025

Yang menyatakan,



(Muhammad Zidane Fahrezy)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Zidane Fahrezy
NIM : 2110411014
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PENGARUH FITUR RATING KOPI LOKAL PADA LAYANAN GOFOOD TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (SURVEY PENGGUNA GOFOOD KOPI DARI HATI DI JAKARTA SELATAN)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 28 Juli 2025

Yang menyatakan,



(Muhammad Zidane Fahrezy)

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta,
saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Zidane Fahrezy
NIM : 2110411014
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : **Pengaruh Fitur Rating Kopi Lokal pada Layanan GoFood Terhadap Minat Beli Konsumen (Survey Pengguna GoFood Kopi Dari Hati di Jakarta Selatan)**

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya menyetujui untuk:

1. Memberikan hak saya bebas royalti kepada Perpustakaan UPNVJ atas Penelitian karya ilmiah saya demi pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Memberikan hak menyimpan, mengalih mediakan atau mengalih formatkan, mengolah pangkalan data (database), mendistribusikan, serta menampilkan dalam bentuk softcopy untuk kepentingan akademis kepada perpustakaan UPNVJ, tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai Peneliti/pencipta.
3. Bersedia dan menjamin untuk menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak perpustakaan UPNVJ dari semua bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan semoga digunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 28 Juli 2025

Yang menyatakan,



(Muhammad Zidane Fahrezy)

**Pengaruh Fitur Rating Kopi Lokal pada Layanan GoFood
Terhadap Minat Beli Konsumen (Survey Pengguna GoFood Kopi
Dari Hati di Jakarta Selatan)**

MUHAMMAD ZIDANE FAHREZY

ABSTRAK

Di era digital, perilaku konsumen mengalami pergeseran signifikan seiring dengan meningkatnya ketergantungan terhadap rating sebelum melakukan pembelian, termasuk dalam layanan pesan-antar makanan seperti GoFood. Salah satu fitur yang memengaruhi keputusan konsumen adalah fitur rating, yang merepresentasikan bentuk electronic word of mouth (e-WOM) dan menjadi sumber kredibilitas informasi berdasarkan pengalaman pengguna sebelumnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fitur rating kopi lokal pada layanan GoFood terhadap minat beli konsumen, khususnya pada produk Kopi Dari Hati di wilayah Jakarta Selatan. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik survei melalui penyebaran kuesioner daring menggunakan Google Form kepada 100 responden yang ditentukan melalui rumus Lemeshow. Hasil uji normalitas menunjukkan data berdistribusi normal (signifikansi $0,200 > 0,05$). Uji korelasi mengindikasikan hubungan signifikan antara fitur rating dan minat beli dengan nilai signifikansi $0,000$ dan koefisien korelasi $0,586$. Uji regresi linier sederhana menunjukkan bahwa fitur rating berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli (signifikansi $0,000$), dengan nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar $0,343$, yang berarti $34,3\%$ variasi minat beli konsumen dapat dijelaskan oleh fitur rating. Uji hipotesis memperkuat hasil tersebut dengan nilai signifikansi $0,000 (< 0,05)$, yang mengindikasikan bahwa fitur rating secara statistik berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Temuan ini mengonfirmasi bahwa fitur rating sebagai bentuk e-WOM memiliki kontribusi signifikan dalam membentuk kredibilitas informasi dan mendorong keputusan pembelian pada platform layanan digital.

Kata kunci: fitur rating, e-WOM, minat beli, kredibilitas informasi, GoFood, kopi lokal.

***The Influence of Local Coffee Rating Features on GoFood Services
Toward Consumer Purchase Intention (A Study on GoFood Users
of Kopi Dari Hati in South Jakarta)***

MUHAMMAD ZIDANE FAHREZY

ABSTRAC

In the digital era, consumer behavior has undergone a significant shift in line with the increasing reliance on ratings prior to making purchasing decisions, including within food delivery services such as GoFood. One of the key features influencing consumer decisions is the rating feature, which represents a form of electronic word of mouth (e-WOM) and serves as a source of information credibility based on previous user experiences. This study aims to examine the influence of the local coffee rating feature on GoFood on consumer purchase intention, particularly concerning the product Kopi Dari Hati in the South Jakarta area. The research employs a quantitative approach with a survey method, utilizing an online questionnaire distributed via Google Forms to 100 respondents, determined using the Lemeshow formula. The normality test results show that the data are normally distributed (significance value = 0.200 > 0.05). The correlation test indicates a significant relationship between the rating feature and purchase intention, with a significance value of 0.000 and a correlation coefficient of 0.586. Simple linear regression analysis reveals that the rating feature has a positive and significant effect on purchase intention (significance value = 0.000), with a coefficient of determination (R Square) of 0.343, indicating that 34.3% of the variation in purchase intention can be explained by the rating feature. The hypothesis test supports these findings with a significance value of 0.000 (< 0.05), suggesting that the rating feature statistically influences consumer purchase intention. These findings confirm that the rating feature, as a form of e-WOM, contributes significantly to building information credibility and encouraging purchasing decisions on digital service platforms.

Keywords: rating feature, e-WOM, purchase intention, information credibility, GoFood, local coffee.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, karunia, dan nikmat-Nya yang senantiasa mengiringi setiap langkah dalam proses penyusunan skripsi ini. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, suri teladan sepanjang masa yang telah membawa cahaya kebenaran bagi seluruh umat manusia. Berkat izin dan pertolongan-Nya, penulis akhirnya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Fitur Rating Kopi Lokal pada Layanan GoFood terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Pengguna GoFood Kopi Dari Hati di Jakarta Selatan)”. Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan, doa, dan bantuan selama proses penyusunan skripsi ini, di antaranya:

1. Allah SWT atas karunia, rahmat, dan kasih-Nya yang telah memberikan kemudahan, ketenangan, serta kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Seluruh keluarga, terutama ibunda tercinta yang telah tiada, yang semasa hidupnya senantiasa memberikan doa, semangat, dan kasih sayang yang tak terputus. Penulis yakin bahwa doa beliau tetap mengiringi dari tempat terbaik di sisi-Nya.
3. Bapak Prof. Dr. Anter Venus, MA., Comm., selaku Rektor UPN Veteran Jakarta.
4. Bapak Dr. S. Bakti Istiyanto, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN Veteran Jakarta.
5. Bapak Dr. Azwar, S.S., M.Si, selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi UPN Veteran Jakarta.
6. Ibu Puri Bestari Mardani, S.Hum., M.Si, selaku dosen pembimbing skripsi, atas segala bimbingan, arahan, kritik, dan saran yang sangat berharga selama proses penulisan skripsi ini.
7. Ibu Dra. Aniek Irawatie, M.Si, selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan arahan serta bimbingan selama masa perkuliahan.

8. Ibu Dr. Kusumajanti, M.Si selaku penguji 1 dan Ibu Rizkiya Ayu Maulida, S.IP., M.A selaku penguji 2, atas masukan dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini.
9. Muhammad Zidane Fahrezy, diri saya sendiri, yang telah bertahan dan berjuang menghadapi berbagai rintangan, tetap kuat dan percaya pada kemampuan diri sendiri.
10. Indri, Bambang, dan Diyas, sahabat sejati sejak masa sekolah yang selalu mendampingi, memberi semangat, dan mendukung tanpa henti hingga hari ini.
11. Amanda, Ceca, Dipa, Elsa, dan Jarjun, sahabat selama masa perkuliahan yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan bantuan, terutama ketika penulis menghadapi kesulitan dalam menjalani proses akademik.

Jakarta, 9 Juni 2025



Muhammad Zidane fahrezy

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	ii
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRAC.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.5 Sistematika Penulisan	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Konsep dan Teori Penelitian	17
2.1.1 Komunikasi Persuasif	17
2.1.2 Fitur Rating	19
2.1.3 Layanan GoFood.....	21
2.1.4 Minat Beli Konsumen	24
2.1.5 Teori E-WOM (<i>Electronic Word Of Mouth</i>)	26

2.2 Kerangka Pemikiran.....	29
2.3 Hipotesis	30
BAB 3 METODE PENELITIAN	31
3.1 Objek Penelitian.....	31
3.2 Jenis Penelitian.....	31
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	32
3.4 Populasi dan Sample	35
3.4.1 Populasi.....	35
3.4.2 Sample.....	36
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.6 Sumber Data.....	38
3.6.1 Data Primer	38
3.6.2 Data Sekunder	38
3.7 Metode Analisis	39
3.7.1 Uji Instrumen	39
3.7.2 Uji Normalitas.....	43
3.7.3 Uji Korelasi.....	43
3.7.4 Uji Regresi Sederhana.....	44
3.7.5 Uji Koefisien Determinasi	44
3.7.6 Uji Hipotesis	45
3.7 Tabel Rencana Waktu	46
BAB 4	47
HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	47
4.2 Hasil Penelitian	48
4.2.1 Karakteristik Reponden	48

4.2.2 Analisis Data Variabel X	50
4.2.3 Analisis Data Variabel Y	57
4.2.4 Hasil Uji Normalitas	66
4.2.5 Hasil Uji Korelasi	66
4.2.6 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	67
4.2.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi	68
4.2.8 Hasil Uji Hipotesis	69
4.3 Pembahasan Penelitian.....	70
BAB 5 KESIMPULAN	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran	76
5.2.1 Saran praktis.....	76
5.2.2 Saran Teoritis	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN.....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 popularitas platform layanan pesan antar online.....	2
Gambar 1. 2 Rating Kopi Dari Hati, Duren Tiga.....	5
Gambar 1. 3 Hasil Ulasan Dari Rating.....	6
Gambar 1. 4 Konsumen Membaca Online Review.....	7
Gambar 1. 5 Online Review Palsu	8
Gambar 1. 6 Online Review Penting Untuk Lokal Bisnis	10
Gambar 1. 7 Rating di Social Media Tiktok	11
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	29
Gambar 4. 1 Kopi Dari Hati.....	47

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 popularitas platform layanan pesan antar online.....	4
Tabel 3. 1 Tabel Operasional Variabel	33
Tabel 3. 2 Tabel Skala Likert.....	38
Tabel 3. 3 Uji Validitas Variabel X (Fitur Rating)	40
Tabel 3. 4 Uji Validitas Variabel Y (Minat Beli)	41
Tabel 3. 5 Nilai Alpha Cronbach	42
Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Fitur Rating (X).....	42
Tabel 3. 7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli (Y)	43
Tabel 3. 8 Tabel Rencana Waktu	46
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden.....	49
Tabel 4. 2 Hasil Kuesioner Variabel X Item Nomor 1	51
Tabel 4. 3 Hasil Kuesioner Variabel X Item Nomor 2	51
Tabel 4. 4 Hasil Kuesioner Variabel X Item Nomor 3	52
Tabel 4. 5 Hasil Kuesioner Variabel X Item Nomor 4	53
Tabel 4. 6 Hasil Kuesioner Variabel X Item Nomor 5	53
Tabel 4. 7 Hasil Kuesioner Variabel X Item Nomor 6	54
Tabel 4. 8 Hasil Kuesioner Variabel X Item Nomor 7	55
Tabel 4. 9 Hasil Kuesioner Variabel X Item Nomor 8	55
Tabel 4. 10 Hasil Kuesioner Variabel X Item Nomor 9	56
Tabel 4. 11 Hasil Kuesioner Variabel X Item Nomor 10	57
Tabel 4. 12 Hasil Kuesioner Variabel Y Item Nomor 1	58
Tabel 4. 13 Hasil Kuesioner Variabel Y Item Nomor 2	58
Tabel 4. 14 Hasil Kuesioner Variabel Y Item Nomor 3	59
Tabel 4. 15 Hasil Kuesioner Variabel Y Item Nomor 4	60
Tabel 4. 16 Hasil Kuesioner Variabel Y Item Nomor 5	60
Tabel 4. 17 Hasil Kuesioner Variabel Y Item Nomor 6	61
Tabel 4. 18 Kuesioner Variabel Y Item Nomor 7.....	62
Tabel 4. 19 Hasil Kuesioner Variabel Y Item Nomor 8	62
Tabel 4. 20 Hasil Kuesioner Variabel Y Item Nomor 9	63
Tabel 4. 21 Hasil Kuesioner Variabel Y Item Nomor 10	64
Tabel 4. 22 Hasil Kuesioner Variabel Y Item Nomor 11	64

Tabel 4. 23 Hasil Kuesioner Variabel Y Item Nomor 12	65
Tabel 4. 24 Hasil Uji Normalitas	66
Tabel 4. 25 Hasil Uji Korelasi.....	67
Tabel 4. 26 Hasil Uji Regresi.....	67
Tabel 4. 27 Hasil Uji Koefisien Determinasi	68
Tabel 4. 28 Hasil Uji Hipotesis	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kontrak Penulisan Tugas Akhir	82
Lampiran 2 Kartu Bimbingan Tugas Akhir	82
Lampiran 3 Kuesioner.....	83
Lampiran 4 Item Variabel X	84
Lampiran 5 Item Variabel Y	86
Lampiran 6 Uji Validitas X.....	88
Lampiran 7 Uji Validitas Y	89
Lampiran 8 Uji Reliabel X.....	90
Lampiran 9 Uji Reliabel Y	90
Lampiran 10 Uji Normalitas	90
Lampiran 11 Uji Korelasi	91
Lampiran 12 Uji Regresi Sederhana	91
Lampiran 13 Koefisien Determinasi	91
Lampiran 14 Uji Hipotesis	91
Lampiran 15 Cek Turnitin.....	92
Lampiran 16 Dokumentasi	92
Lampiran 17 Daftar Riwayat Hidup.....	94