

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPERCAYAAN (*TRUST*) PENGGUNA  
APLIKASI GRABFOOD (STUDI PADA PENGGUNA APLIKASI  
GRABFOOD DI KOTA METRO)**

**SKRIPSI**



Oleh :  
**DESSY AYU ANGRAINY YUSUF**  
NPM 18610025

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO  
2022**



**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPERCAYAAN (*TRUST*) PENGGUNA APLIKASI GRABFOOD (STUDI PADA PENGGUNA APLIKASI GRABFOOD DI KOTA METRO)**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan Program Sarjana (S1) Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro

Oleh :  
**DESSY AYU ANGRAINY YUSUF**  
**NPM 18610025**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO  
2022**

## ABSTRAK

Dessy Ayu Angrainy Yusuf. 2022. "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan (*Trust*) Pengguna Aplikasi GrabFood (Studi Pada Pengguna Aplikasi GrabFood Di Kota Metro). Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (I) H. Suwanto, S.E., M.M. Pembimbing (II) Nani Septiana, S.E, M.M. .

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepercayaan (*trust*) pengguna aplikasi GrabFood di Kota Metro. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna aplikasi GrabFood di Kota Metro. Tehnik pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode *sampling* dengan teknik *accidental sampling*, maka sampel yang didapat yaitu sebesar 75 orang, Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah observasi, kuesioner dan dokumenter. Analisis data penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel citra merek secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan (*trust*) pengguna aplikasi GraFood di Kota Metro, variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan (*trust*) pengguna aplikasi GraFood di Kota Metro dan variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan (*trust*) pengguna aplikasi GrabFood di Kota Metro. Secara bersama-sama atau simultan citra merek, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan (*trust*) pengguna aplikasi GrabFood di Kota Metro.

**Kata Kunci** : Citra Merek, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan (*Trust*)

## ABSTRACT

Dessy Ayu Angrainy Yusuf. 2022. *"The Effects of Brand Image, Product Quality and Quality of Service To Trust of GrabFood App User (Study on GrabFood App User in Metro City). Thesis of Management Study Program, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Metro. Mentor (I) H. Suwanto, S.E., M. Supervisor (II) Nani Septiana, S.E, M.M. ,*

*This study aims to determine the influence of brand images, product quality and service quality on trust (trust) users of the GrabFood app in the city of Metro. By using a quantitative approach. The population in this study were all the users of the GrabFood application in the City of Metro. The sampling technique that will be used in this study is a sampling method with accidental sampling technique, the samples obtained are 75 respondents, data collection techniques carried out are observation, questionnaires and documentaries. The analysis of this research data uses multiple linear regression analysis using the SPSS program. The results of this study indicate that the brand image variables partially positive and significantly affected to trust GraFood application users in Metro City, the product quality variable is a positive and significant effect on trust GraFood application users in Metro City and service quality variables have a positive and significant effect on trust GrabFood application user in the City of Metro. Together or simultaneously brand images, product quality and significant effect on trust (trust) users of the GrabFood application in Metro City.*

**Keywords:** *Image of the Brand, Product Quality, Quality of Services, Trust*

## RINGKASAN

Perkembangan teknologi yang semakin pesat dan canggih serta peningkatan pengguna internet mengharuskan para pelaku usaha untuk melakukan langkah baru dalam berbisnis seperti memanfaatkan media internet sebagai media promosi dan transaksi salah satunya dengan memanfaatkan *marketplace* seperti GrabFood. Persaingan merek antar *marketplace* mendorong setiap merek untuk mengoptimalkan strategi pemasarannya sehingga dapat memenangkan persaingan antar merek. Pengoptimalkan tersebut tidak terlepas dari peranan dari kepercayaan (*trust*) yang diberikan oleh setiap pengguna terhadap aplikasi Grabfood.

Pembentukan kepercayaan (*trust*) pengguna aplikasi GrabFood di analisis dengan analisis regresi linear berganda menggunakan metode *sampling* dengan teknik *accidental sampling* sebagai teknik pengambilan sampel. Sampel yang didapat sebesar 75 responden dengan teknik pengumpulan data adalah observasi, kuesioner dan dokumenter

Pada penelitian ini menggunakan citra merek, kualitas produk dan kualitas pelayanan sebagai variabel bebas. Setelah dilakukan analisis dapat diambil beberapa kesimpulan berikut ini:

1. Secara parsial citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan (*trust*). Artinya semakin baik citra merek maka akan meningkatkan kepercayaan (*trust*) secara signifikan.
2. Secara parsial kualitas produk memiliki pengaruh parsial dan signifikan terhadap kepercayaan (*trust*). Artinya semakin baik kualitas produk maka akan meningkatkan kepercayaan (*trust*) secara signifikan.
3. Secara parsial kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan (*trust*). Artinya semakin baik kualitas pelayanan maka akan meningkatkan kepercayaan (*trust*) secara signifikan.
4. Citra merek, kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh simultan dan signifikan terhadap kepercayaan (*trust*). Artinya semakin baik citra merek, kualitas produk dan kualitas pelayanan maka akan meningkatkan kepercayaan (*trust*) secara signifikan

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

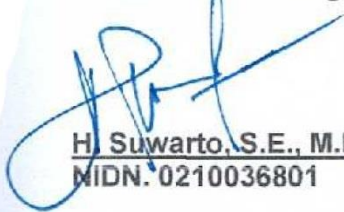
PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPERCAYAAN (*TRUST*) PENGGUNA  
APLIKASI GRABFOOD (STUDI PADA PENGGUNA APLIKASI  
GRABFOOD DI KOTA METRO)

DESSY AYU ANGRAINY YUSUF

18610025

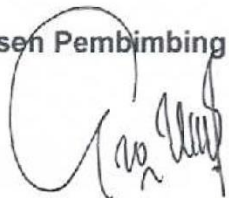
Telah di setujui oleh:

Dosen Pembimbing I



H. Suwanto, S.E., M.M.  
NIDN. 0210036801

Dosen Pembimbing II



Nani Septiana, S.E., M.M.  
NIDN. 0220098901

Kaprodi S1 Manajemen



Dr.H. Febriyanto, S.E., M.M.  
NIDN. 022302790

HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI

SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPERCAYAAN (*TRUST*) PENGGUNA  
APLIKASI GRABFOOD (STUDI PADA PENGGUNA APLIKASI  
GRABFOOD DI KOTA METRO)

DESSY AYU ANGRAINY YUSUF

18610025

Telah Diuji Dan Dinyatakan Lulus Pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 08 September 2022

Tempat Ujian : Ruang Sidang FEB UM Metro

Tim Penguji

H. Suwanto, S.E., M.M.  
NIDN. 0210036801

Ketua Penguji

Nani Septiana, S.E., M.M.  
NIDN.0220098901

Sekretaris

H. Suryadi, S.E., M.M.  
NIDN. 0229115901

Penguji Utama

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

H. Suwanto, S.E., M.M.  
NIDN. 0210036801



## MOTTO

*"Be Brave, But Don't Be Stupid"*

*(Nawja Shihab)*

*"Tetapi boleh jadi kamu tidak menyenangi sesuatu, padahal itu baik bagimu, dan boleh jadi kamu menyukai sesuatu, padahal itu tidak baik bagimu. Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui."*

*(Q.S Al-Baqarah (2:216))*

*"Barang siapa bertakwa kepada Allah maka Dia akan menjadikan jalan keluar baginya, dan memberinya rezeki dari jalan yang tidak ia sangka, dan barang siapa yang bertawakal kepada Allah maka cukuplah Allah baginya, Sesungguhnya Allah melaksanakan kehendak-Nya, Dia telah menjadikan untuk setiap sesuatu kadarnya."*

*(Q.S. At-Talaq (65:2-3))*

## PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas berkat dan rahmat yang telah saya terima sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Saya persembahkan karya sederhana ini kepada orang-orang yang memiliki peranan penting dalam kehidupan saya yaitu:

1. Yang paling berharga dan tercinta kedua orang tuaku Bapak Muhammad Yusuf dan Ibu Mirnawati.

Sebagai tanda bukti, hormat dan rasa terimakasih yang tak terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada papah dan mamah yang telah memberikan kasih sayang, pengertian dan dukungan penuh kepadaku sehingga dapat menyulut api semangat yang sering kali ingin redup. Tiada kata yang dapat menggambarkan rasa terimakasih yang teramat besar ini. Semoga dengan ini akan menjadi Langkah awal untuk aku bisa menjadi kebanggan papah dan mamah.

2. Untuk yang ketiga kakakku tercinta Achmad Rivky Yusuf, Dimas Bramatio Yusuf, Gladistra Mirsa Panjava serta kedua keponakan kecilku yang manis dan tersayang Adam Faiz Al-Arkhan dan Arsya Khalifi Attalah

Terimakasih telah memberikan semangat dan motivasi, baik secara langsung dan tidak langsung. Gelak tawa dan lelucon yang telontar disetiap paginya sedikit banyak telah memberi hiburan dikala diri ini penat akan hiruk pikuknya dunia perskripsian.

3. Untuk adikku tersayang, Amalia Rahmatika

Terimakasih sudah memberikan semangat moril dan selalu tidak bosan mengatakan "Semangat Manda!" walaupun hanya kalimat sederhana tetapi cukup memberikan *charge* energi sehingga dapat menyingkirkan kegundahan dalam mengerjakan skripsi.

4. Terimakasih untuk semua pihak yang telah mensupport dan membantu selama pembuatan skripsi ini hingga selesai

5. Alamaterku tercinta Universitas Muhammadiyah Metro

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim* dengan ini saya mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Allah Swt. yang telah memberikan rahmatnya kepada saya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan (*Trust*) Pengguna Aplikasi GrabFood (Studi Pada Pengguna Aplikasi GrabFood di Kota Metro)”. Adapun penulisan dari skripsi ini sebagai salah satu persyaratan untuk bisa menempuh ujian sarjana pendidikan pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Metro

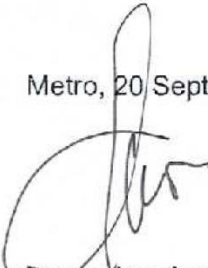
Saya menyadari bahwa selama masa perkuliahan hingga pada penyusunan skripsi ini, saya mendapatkan banyak bantuan, dukungan, masukan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan yang baik ini, saya ingin mengucapkan banyak terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Drs. H. Jazim Ahmad, M.Pd Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Metro.
2. H. Suwanto, SE.,M.M. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro dan juga selaku Dosen Pembimbing I yang telah sangat berjasa terhadap saya, dari segi waktu, tenaga, semangat, ilmu, dan motivasi serta memberikan arahan yang sangat berarti dalam penyusunan skripsi ini.
3. Dr H Febriyanto.,SE.,M.M. Selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro dan juga selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro
4. Nani Septiana, S.E., M.M. Selaku dosen Pembimbing II yang telah banyak membantu saya dengan memberikan kritik dan saran sehingga dapat menyempurnakan penulisan skripsi ini.
5. Serta seluruh tenaga Usaha (TU) Program Studi S1 Manajemen yang telah memberikan kemudahan dalam persiapan berkas-berkas selama perkuliahan.
6. Seluruh Dosen S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro yang telah banyak memberikan ilmu, nasihat dan

7. Untuk gadis-gadis tangguhku yang berinisial F dan D. Terimakasih telah melengkapi diri yang masih banyak kurangnya ini. Sudah banyak lika-liku yang kita lewati dari drama perkuliahan, perorganisasian, perskripsian hingga drama kehidupan. Terimakasih karena disaat aku mulai berjalan perlahan dengan langkah kecil dan terbilang lambat kalian selalu mengingatkan dan merangkul sehingga aku bisa kembali berjalan dan melangkah beiringan dengan kalian. Aku sangat bersyukur Allah SWT telah mengizinkan kita bertemu dan saling melengkapi. *in sya Allah Bestfriends till Jannah.*
8. Untuk teman seperjuangan gelar S.M grup Amar Tidak Berubah. Terimakasih atas kesolidaritan, kekeluargaan, dan kehangatan yang walaupun tak lama kita rasakan tapi sangat indah untuk dikenang. Terimakasih telah saling mengingatkan, memberi informasi dan saling membantu sehingga semua dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.

*Demikian pengantar skripsi ini dibuat semoga bermanfaat bagi para pembaca. Saya menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang ada dalam skripsi ini. Oleh sebab itu saya sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak yang membaca penelitian ini. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih.*

Metro, 20 September 2022



Dessy Ayu Angrainy Yusuf

## PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dessy Ayu Angrainy Yusuf  
NPM : 18610025  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan (*Trust*) Pengguna Aplikasi GrabFood (Studi Pada Pengguna Aplikasi GrabFood di Kota Metro) benar hasil karya saya bukan hasil plagiat.

Apabila di kemudian hari terdapat unsur plagiat dalam isi skripsi tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik Sarjana Ekonomi dan akan mempertanggungjawabkan secara hukum.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Metro, 20 September 2022  
Yang Membuat Pernyataan



**Dessy Ayu Angrainy Yusuf**  
NPM. 18610025



**UNIT PUBLIKASI ILMIAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
METRO**

## **SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (*SIMILARITY CHECK*)**

Nomor: 3222/II.3.AU/F/UPI-UK/2022

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

**Nama** : DESSY AYU ANGRAINY YUSUF  
**NPM** : 18610025  
**Jenis Dokumen** : SKRIPSI

**Judul:**

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPERCAYAAN (TRUST) PENGGUNA APLIKASI GRABFOOD (STUDI PADA PENGGUNA APLIKASI GRABFOOD DI KOTA METRO)**

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Turnitin*. Dokumen telah diperiksa dan dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase  $\leq 20\%$ . Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Metro, 20 September 2022  
Kepala Unit,

**Dr. Arif Rahman Aththibby, M.Pd.Si.**  
NIDN. 0203128801

Alamat:

Jl. Ki Hajar Dewantara No. 116  
Iringmulyo, Kec. Metro Timur Kota Metro,  
Lampung, Indonesia

**Website:** [www.upi.ummetro.ac.id](http://www.upi.ummetro.ac.id)  
**E-mail:** [upi@ummetro.ac.id](mailto:upi@ummetro.ac.id)

## DAFTAR ISI

|  |          |
|--|----------|
| HALAMAN SAMPUL .....   | i        |
| HALAMAN LOGO .....   | ii       |
| HALAMAN JUDUL .....  | iii      |
| ABSTRAK .....  | iv       |
| RINGKASAN .....  | vi       |
| HALAMAN PERSETUJUAN .....                                    | vii      |
| HALAMAN PENGESAHAN.....                                      | viii     |
| HALAMAN MOTTO.....   | ix       |
| HALAMAN PERSEMBAHAN.....                                     | x        |
| KATA PENGANTAR .....   | xi       |
| PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....                               | xiii     |
| SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN <i>Similarity Check</i> )..... | xiv      |
| DAFTAR ISI .....   | xv       |
| DAFTAR TABEL .....   | xviii    |
| DAFTAR GAMBAR .....  | xx       |
| <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>                               | <b>1</b> |
| A. Latar belakang masalah .....                              | 1        |
| B. Identifikasi dan Rumusan masalah.....                     | 3        |
| C. Tujuan penelitian .....                                   | 4        |
| D. Kegunaan penelitian .....                                 | 4        |
| E. Ruang lingkup penelitian .....                            | 5        |
| F. Sistematika Penulisan .....                               | 5        |
| <b>BAB II KAJIAN LITERATUR.....</b>                          | <b>7</b> |
| A. Landasan Teori .....                                      | 7        |
| 1. Manajemen Pemasaran .....                                 | 7        |
| 2. Citra Merek .....   | 8        |
| a. Pengertian Citra Merek.....                               | 8        |

|   |           |
|---|-----------|
| b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Citra Merek..... | 9         |
| c. Dimensi dan Indiaktor Citra Merek.....           | 9         |
| 3. Kualitas Produk .....                            | 10        |
| a. Pengertian Kualitas Produk .....                 | 10        |
| b. Dimensi Kualitas Produk.....                     | 11        |
| 4. Kualitas Pelayanan.....                          | 12        |
| a. Pengertian Kualitas Pelayanan.....               | 12        |
| b. Dimensi Kualitas Pelayanan .....                 | 13        |
| 5. Kepercayaan .....                                | 13        |
| B. Penelitian Relevan .....                         | 15        |
| C. Kerangka Penelitian .....                        | 18        |
| D. Hipotesis Penelitian.....                        | 20        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>               | <b>21</b> |
| A. Desain Penelitian .....                          | 21        |
| B. Tahapan Penelitian .....                         | 21        |
| 1. Teknik sampling .....                            | 21        |
| 2. Tahapan .....                                    | 22        |
| C. Definisi operasional variabel.....               | 23        |
| D. Teknik pengumpulan data .....                    | 25        |
| 1. Data Primer .....                                | 25        |
| 2. Data Sekunder .....                              | 26        |
| E. Instrumen penelitian.....                        | 26        |
| 1. Jenis Instrumen .....                            | 27        |
| 2. Alternatif dan Skoring .....                     | 27        |
| F. Teknik analisis data.....                        | 28        |
| 1. Pengujian persyaratan instrumen .....            | 28        |
| a. Uji Validasi .....                               | 28        |
| b. Uji Reliabilitas .....                           | 28        |
| 2. Pengujian persyaratan analisis .....             | 29        |
| a. Uji Normalitas .....                             | 29        |
| b. Uji Linieritas .....                             | 29        |
| c. Uji Homogenitas .....                            | 30        |
| 3. Pengujian Model Analisis .....                   | 30        |
| a. Uji Regresi Linear Berganda.....                 | 30        |
| b. Uji Parsial (Uji-T) .....                        | 31        |



|  |           |
|--|-----------|
| c. Uji Simultan (Uji-F).....                   | 31        |
| d. Uji Koefisiensi Determinasi ( $R^2$ ) ..... | 32        |
| 4. Hipotesis statistik.....                    | 33        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>       | <b>34</b> |
| A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....        | 34        |
| 1. Sejarah Singkat Perusahaan .....            | 34        |
| 2. Visi dan Misi .....                         | 34        |
| 3. Fitur Aplikasi Grab .....                   | 35        |
| 4. GrabFood .....                              | 35        |
| B. Hasil Penelitian .....                      | 35        |
| 1. Pengujian Persyaratan Instrumen.....        | 35        |
| a. Uji Validitas.....                          | 36        |
| b. Uji Reliabilitas .....                      | 37        |
| 2. Deskripsi Data .....                        | 37        |
| a. Deskripsi Karakteristik Responden .....     | 37        |
| b. Deskripsi Data Hasil Kuesioner.....         | 40        |
| 3. Pengujian Persyaratan Analisis .....        | 46        |
| a. Uji Normalitas .....                        | 46        |
| b. Uji Linieritas .....                        | 49        |
| c. Uji Homogenitas .....                       | 51        |
| 4. Pengujian Model analisis .....              | 53        |
| a. Analisis Regresi Linear Berganda.....       | 53        |
| b. Uji Parsial (Uji T).....                    | 54        |
| c. Uji Simultan (Uji F).....                   | 55        |
| d. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....    | 56        |
| 5. Hipotesis Statistik .....                   | 57        |
| C. Pembahasan .....                            | 59        |
| <b>BAB V PENUTUP .....</b>                     | <b>62</b> |
| A. Kesimpulan .....                            | 62        |
| B. Saran .....                                 | 63        |

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| Tabel 1 Penelitian Relevan .....  | 15 |
| Tabel 2 kisi-kisi kuisioner .....   | 25 |
| Tabel 3 skor jawaban.....   | 31 |
| Tabel 4. Jenis Kelamin Responden .....  | 38 |
| Tabel 5. Domisli Tempat Tinggal Responden .....                                   | 38 |
| Tabel 6. Intensitas Menggunakan Aplikasi GrabFood Responden<br>Dalam Sebulan..... | 39 |
| Tabel 7. Intensitas Melakukan Order Pada Aplikasi GrabFood<br>Dalam Sebulan.....  | 39 |
| Tabel 8. Deskripsi Data Variabel Citra Merek ( $X_1$ ).....                       | 41 |
| Tabel 9. Deskripsi Data Variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ) .....                  | 42 |
| Tabel 10. Deskripsi Data Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ).....               | 44 |
| Tabel 11. Deskripsi Data Variabel Kepercayaan ( <i>Trust</i> ) (Y) .....          | 45 |
| Tabel 12 Hasil Uji Normalitas Variabel $X_1$ terhadap Y .....                     | 46 |
| Tabel 13. Hasil Uji Normalitas Variabel $X_2$ terhadap Y .....                    | 47 |
| Tabel 14. Hasil Uji Normalitas Variabel $X_3$ terhadap Y .....                    | 48 |
| Tabel 15. Hasil Uji Linieritas Variabel $X_1$ terhadap Y .....                    | 50 |
| Tabel 16. Hasil Uji Linieritas Variabel $X_2$ terhadap Y .....                    | 50 |
| Tabel 17. Hasil Uji Linieritas Variabel $X_3$ terhadap Y .....                    | 51 |
| Tabel 18. Hasil Uji Homogenitas varian $X_1$ terhadap Y .....                     | 52 |
| Tabel 19 Hasil Uji Homogenitas varian $X_2$ terhadap Y .....                      | 52 |
| Tabel 20. Hasil Uji Homogenitas varian $X_3$ terhadap Y .....                     | 52 |
| Tabel 21. Uji Regresi Linear Berganda.....  | 53 |
| Tabel 23. Hasil Uji F .....   | 56 |
| Tabel 23. Hasil Uji Koefisien Determinasi .....                                   | 57 |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Tabel 24. Hasil Uji Hipotesis Citra Merek Dengan Kepercayaan<br/>(Trust).....</b>   | <b>57</b> |
| <b>Tabel 25. Hasil Uji Hipotesis Kualitas Produk Dengan Kepercayaan<br/>(Trust).....</b>                                     | <b>58</b> |
| <b>Tabel 26. Hasil Uji Hipotesis Kualitas Pelayanan Dengan Kepercayaan<br/>(Trust).....</b>                                  | <b>58</b> |
| <b>Tabel 27. Hasil Uji Hipotesis Citra Merek, Kualitas Produk dan<br/>Kualitas Pelayanan Dengan Kepercayaan (Trust).....</b> | <b>59</b> |

## DAFTAR GAMBAR

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Gambar 1. Data Pengguna Jasa Aplikasi Pengirim Makanan</b><br><i>Food Delivery</i> ) di Indonesia Tahun 2021..... | <b>2</b>  |
| <b>Gambar 2. Kerangka Pemikiran .....</b>  | <b>20</b> |
| <b>Gambar 3. Histogram Deskripsi Data Variabel Citra Merek (<math>X_1</math>) .....</b>                              | <b>41</b> |
| <b>Gambar 4. Histogram Deskripsi Data Variabel Kualitas Produk</b><br><b>(<math>X_2</math>) .....</b>                | <b>43</b> |
| <b>Gambar 5. Histogram Deskripsi Data Variabel Kualitas</b><br><b>Pelayanan (<math>X_3</math>).....</b>              | <b>44</b> |
| <b>Gambar 6. Histogram Deskripsi Data Variabel Kepercayaan</b><br><b>(<i>trust</i>) (<math>Y</math>) .....</b>       | <b>46</b> |
| <b>Gambar 7. Diagram P Plot Variabel <math>X_1</math>.....</b>   | <b>47</b> |
| <b>Gambar 8. Diagram P Plot Variabel <math>X_2</math>.....</b>   | <b>48</b> |
| <b>Gambar 9. Diagram P Plot Variabel <math>X_3</math>.....</b>   | <b>4</b>  |

