

ABSTRAK

Dengan berkembangnya teknologi yang ada, aplikasi merupakan salah satu hasil perkembangan teknologi dari perkembangan perangkat lunak atau *software*. Aplikasi layanan antar makanan menjadi salah satu aplikasi yang sering digunakan; populernya penggunaan aplikasi layanan antar makanan, GrabFood merupakan salah satu aplikasi layanan antar makanan populer. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis fitur-fitur aplikasi yang mempengaruhi keputusan pembelian aplikasi GrabFood. Data dari penelitian ini diperoleh dari 109 responden di Kota Malang. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dan teknik sampling menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dianalisis dengan menggunakan regresi linier berganda. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa promosi dan diskon memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi GrabFood dalam konteks fitur aplikasi. Saran bagi perusahaan terkait, diharapkan meningkatkan fitur pilihan restoran yang luas dengan menambah kemitraan dengan para pelaku usaha dan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) agar dapat menambahkan preferensi konsumen mengenai restoran yang tersedia di Aplikasi GrabFood. Sedangkan fitur pembayaran online juga perlu diperhatikan oleh aplikasi GrabFood dalam pengembangannya agar konsumen semakin mudah untuk melakukan pembayaran non-tunai. Hal ini perlu diperhatikan mengingat fitur yang diterapkan belum terlalu efektif dan berdampak terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: pilihan restoran yang luas, pengiriman yang cepat, pembayaran *online*, rekomendasi dan ulasan, promosi dan diskon, fitur aplikasi, keputusan pembelian.

ABSTRACT

Nowadays with developing technologies, application is one of developed technology from software things. Food delivery application is one of most used application. The popularity of food delivery application, GrabFood is one of popular food delivery application. The purpose from this research is analyse application features impacted to purchase decision from GrabFood application. Collected data to this research is from 109 respondents in Malang City. The type of this research is description research and the approach of this research is quantitative research. The technic of this research uses purposive sampling. Data was analysed with multiple linier regression. Result of this research is promotion and discount have significant impact to purchase decision in context of application features. Recommendation for the company is expected to increasing the wide of restaurant choices feature with adding partnership with sellers in order to added consumer preferences about availability of restaurants on GrabFood Application. While, online payment feature needs to be concerned with GrabFood Application to developed in order to consumer ease for making non-cash payment. These things need to be concerned remember already features not really effective and impacted to purchase decision.

Keywords: wide of restaurant choices, fast delivery, online payment, recommendation and review, promotion and discount, app features, purchase decision