

Abstrak

Keberadaan transportasi online dirasa sebagai sarana yang sangat penting di dalam kehidupan masyarakat karena terdapat layanan pemesanan makanan berbasis aplikasi dengan menggunakan ponsel pintar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna *GrabFood* di kalangan mahasiswa STIESIA Surabaya.

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan adalah mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya yang menggunakan jasa *GrabFood*, sehingga diperoleh sebanyak sampel 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *probability sampling* dengan menggunakan *simple random sampling*. Jenis data yang digunakan bersumber dari data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner secara online. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan alat bantu SPSS.

Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, harga berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dari hasil koefisien determinasi (R^2) menunjukkan nilai R^2 sebesar 0,608 atau sebesar 60,8% artinya kontribusi kualitas layanan, harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pengguna *GrabFood*. Sedangkan sisanya dipengaruhi variabel atau faktor lain.

Kata kunci: kualitas layanan, harga, promosi, kepuasan pelanggan

Abstract

The existence of online transportation is considered a very important means in people's lives because there are application-based food ordering services using smart phones. This study aims to analyze the effect of service quality, price and promotion on customer satisfaction for GrabFood users among STIESIA Surabaya students.

The type of research used is quantitative research. The population used were students of the Indonesian College of Economics (STIESIA) Surabaya who used GrabFood services, so that a sample of 100 respondents was obtained. The sampling technique used in this study is probability sampling using simple random sampling. The type of data used is sourced from primary data obtained from the distribution of online questionnaires. The data analysis technique used in this study is multiple linear regression analysis using SPSS tools.

The results of hypothesis testing state that service quality has a significant effect on customer satisfaction, price has no significant effect on customer satisfaction, and promotion has a significant effect on customer satisfaction. From the results of the coefficient of determination (R^2), the R^2 value of 0.608 or 60.8% means that the contribution of service quality, price and promotion to GrabFood user customer satisfaction. While the rest are influenced by other variables or factors.

Keywords: service quality, price, promotion, customer satisfaction