

ABSTRAK

Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan suatu bisnis. Pelanggan yang merasa puas cenderung memiliki loyalitas tinggi serta memberikan rekomendasi yang positif kepada orang lain. Dalam hal ini, tiga faktor utama yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah kualitas layanan, citra merek, dan harga. Ketiga faktor ini secara langsung dapat membentuk persepsi pelanggan terhadap suatu produk atau layanan, sehingga perusahaan perlu memperhatikan keseimbangan antara ketiga hal tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan GrabFood pada Generasi Z. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif dengan menggunakan data primer melalui kuesioner yang disebar secara *online* menggunakan *Google Form* pada pelanggan GrabFood selama 14 hari. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *purposive sampling* dengan kriteria sampel adalah pelanggan aktif aplikasi GrabFood yang termasuk dalam generasi Z atau generasi yang lahir pada tahun 1997 – 2012. Total sampel yang berhasil didapatkan yaitu sebanyak 98 responden.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial, variabel Kualitas Layanan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Variabel Citra Merek secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Secara parsial variabel Harga berpengaruh positif signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan. Variabel Kualitas Layanan, Citra Merek, dan Harga secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan GrabFood pada Generasi Z. Penelitian ini memberikan wawasan bagi perusahaan untuk mampu menerapkan strategi bisnis yang tepat guna memastikan kepuasan pelanggan tetap terjadi serta meningkatkan daya saing pasar.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Citra Merek, Harga, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Customer satisfaction is a crucial factor in driving business success. Satisfied customers tend to have high loyalty and give positive recommendations to others. At this point, three main factors affect customer satisfaction are service quality, brand image, and price. Those factors can directly give customer perception to the product or service; therefore, the company needs to consider having a balance among the three variables.

The research determines the effect of service quality, brand image, and price on the customer satisfaction of GrabFood with the Z-Generation. Furthermore, the research applies quantitatively, with a descriptive approach. The data were primary. Moreover, the instrument in the data collection technique was a questionnaire. The questionnaires were distributed through Google Forms to the GrabFood customers for 14 days. The data collection technique used a purposive sampling. The samples consist of the active customers of GrabFood, who belong to the Z-Generation. The Z-Generation is the generation who were born in 1997-2012. In line with that, 98 respondents were taken as samples.

The result shows partially service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. Likewise, brand image partially has a positive and significant effect on customer satisfaction. Similarly, price partially has a positive and significant effect on customer satisfaction. Additionally, service quality, brand image, and price simultaneously have a positive and significant effect on the customer satisfaction of GrabFood with the Z-Generation. In brief, this study gives insight to the company to be able to implement precise business strategies to guarantee customer satisfaction continues to exist and increase market competitiveness.

Keywords: *service quality, brand image, price, and customer satisfaction.*



I certify that this translation is true and accurate, Prepared by a professional translator. This translation is provided on this day—

1/7/25

M. Faisal S.Pd., M.Pd

STIESIA Language Center
Menur Pumpungan 30 Surabaya 60118, Indonesia