

**PENGARUH PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GO FOOD DI
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun oleh:

Adrianus Sarli

NIM:

11180500

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA**

2022

HALAMAN PENGAJUAN

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen (S1)



Disusun oleh:

Adrianus Sarli

Nim:

11180500

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2022

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Adrianus Sarli
NIM : 11180500
Program studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“PENGARUH PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GO FOOD DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA”

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta
Pada Tanggal : 18 Agustus 2020

Yang menyatakan



(Adrianus Sarli)

NIM.11180500

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan Judul:

**“PENGARUH PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GO FOOD DI DAERAH
ISTIMEWA YOGYAKARTA”**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

Adrianus Sarli

11180500

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana


Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Manajemen Pada tanggal 02 Agustus 2022

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Dra. Ety Istriani, MM

(Ketua Tim Penguji/Dosen Penguji)

: 

2. Dr. Singgih Santoso, MM

(Dosen Penguji)

: 

3. Jonathan Herdioko, SE., MM

(Dosen Pembimbing/Dosen Penguji)

: 

Yogyakarta, 15 Agustus 2022

Disahkan Oleh:

Dekan Fakultas Bisnis Manajemen

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Perminas Pangeran, M.Si.



Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D

PERYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya dengan judul:

PENGARUH PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GO FOOD DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat demi menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah murni hasil pekerjaan saya dan bukan hasil dari tiruan atau duplikasi terhadap karya pihak lain yang ada di Perguruan Tinggi atau Instansi manapun, terkecuali bagian dari sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Apabila dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia menerima sanksi yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, 30 juni 2022

A 10,000 Rupiah Indonesian postage stamp with a signature over it. The stamp features the number '10000' and the text 'SEPULUH RIBU RUPIAH' and 'METEORIT'. The signature is in black ink.

Adrianus Sarli

HALAMAN MOTO

“Kamu tidak harus menjadi hebat untuk memulai, tetapi kamu harus mulai
untuk menjadi hebat”

(Zig Ziglar)

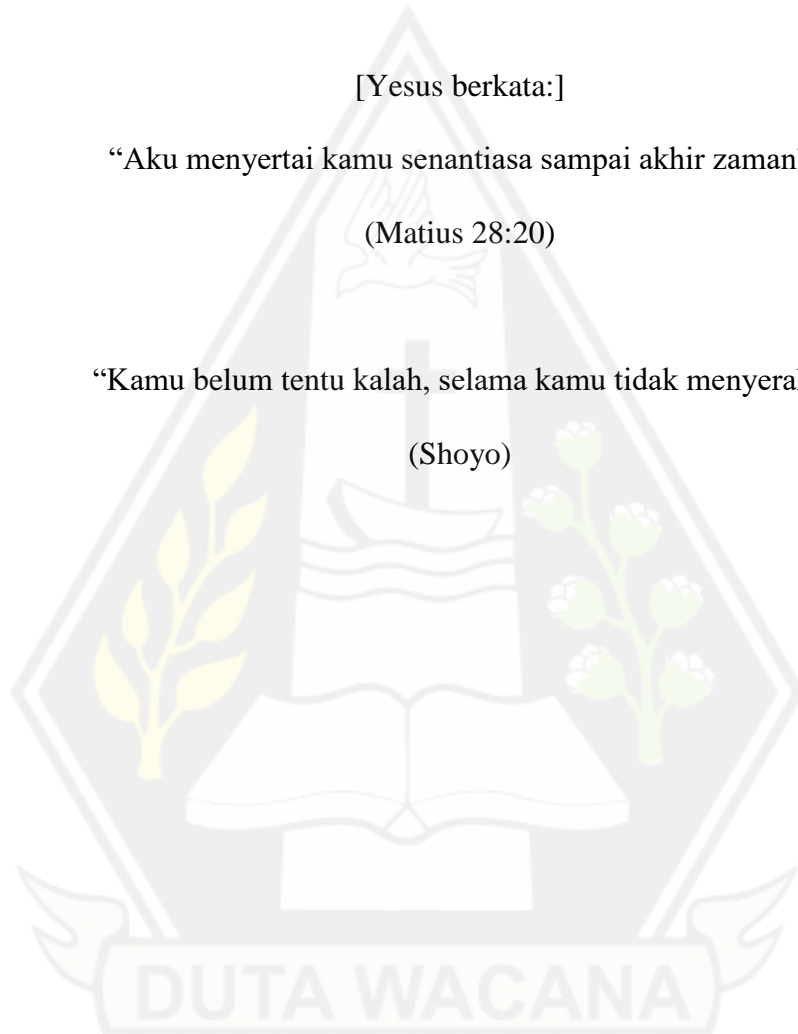
[Yesus berkata:]

“Aku menyertai kamu senantiasa sampai akhir zaman”

(Matius 28:20)

“Kamu belum tentu kalah, selama kamu tidak menyerah”

(Shoyo)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen. Dalam penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis banyak dibantu, di bimbing dan didukung oleh banyak pihak. Oleh sebab itu skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu memberkati dan menyertai seluruh aspek kehidupan saya dan keluarga.
2. Kedua Orang Tua tercinta yang selalu memberikan dukungan, doa, motivasi, finansial, kasih sayang dan perhatian yang selalu diberikan kepada penulis melebihi orang lain.
3. Kakak Kandung penulis yang selalu memberikan semangat, motivasi dan doa kepada penulis.
4. Seluruh Keluarga yang mendukung secara langsung maupun tidak langsung terhadap perkuliahan saya.
5. Dosen Pembimbing saya Bapak Jonathan Herdioko, S.E., M.M. yang telah sabar memberikan bimbingan, bantuan, saran, dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Teman-teman seperjuangan saya terimakasih atas dukungan, motivasi, serta kesediaan untuk memberi saran dan masukan.
7. Teman-teman kontrakan saya terimakasih atas dukungan, motivasi, serta kesediaan untuk memberi saran dan masukan.
8. Semua pihak yang telah membantu dan mendukung, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga skripsi saya dapat selesai dengan baik.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas Kasih dan Rahmatnya yang telah memberikan hikmah dan kebijaksanaan dalam menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Produk, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Go Food Di Daerah Istimewa Yogyakarta”**.

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini dimaksudkan guna memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Starta Satu (S1) di Program Studi Manajemen Konsentrasi Pemasaran Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

Selanjutnya dengan kerendahan hati, penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini tentunya tidak dapat selesai dengan tepat waktu tanpa adanya bantuan dari beberapa pihak. Maka, dalam kesempatan ini penulis hendak menyampaikan banyak ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang sudah memberikan bimbingan dan dukungannya.

Sebagai penulis tentunya tetap menyadari bahwa karya skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan, maka dalam hal ini penulis sangat mengharapkan adanya kritikan dan saran yang tepat membantu melengkapi setiap kekurangan dari skripsi ini, dapat membantu banyak pihak dalam melakukan penelitian selanjutnya maupun sebagai referensi.

Yogyakarta, 30 juni 2022

Penulis



Adrianus Sarli

DAFTAR ISI

| | |
|---------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PENGAJUAN..... | i |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | ii |
| HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI..... | iii |
| HALAMAN MOTO..... | iv |
| HALAMAN PERSEMBAHAN..... | v |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| DAFTAR ISI..... | vii |
| DAFTAR TABEL..... | xi |
| DAFTAR GAMBAR..... | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xiii |
| ABSTRAKS..... | xiv |
| ABSTRACT..... | xv |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 5 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 6 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 6 |
| 1.5 Batasan Masalah..... | 7 |
| BAB II LANDASAN TEORI..... | 10 |
| 2.1 Landasan Teori..... | 10 |
| 2.1.1 Pengertian Pemasaran..... | 10 |
| 2.1.2 Produk..... | 11 |

| | | |
|--------------------------------|--|----|
| 2.1.3 | Kualitas Pelayanan..... | 13 |
| 2.1.4 | Persepsi Harga..... | 16 |
| 2.1.5 | Kepuasan Konsumen..... | 18 |
| 2.2 | Penelitian Terdahulu..... | 21 |
| 2.3 | Hipotesis Penelitian..... | 23 |
| 2.3.1 | Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan..... | 23 |
| 2.3.2 | Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan..... | 24 |
| 2.3.3 | Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan..... | 25 |
| 2.3.4 | Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan..... | 26 |
| 2.4 | Kerangka Penelitian..... | 27 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | | 28 |
| 3.1 | Populasi dan Sampel..... | 28 |
| 3.1.1 | Populasi..... | 28 |
| 3.1.2 | Sampel..... | 28 |
| 3.2 | Metode Pengumpulan Data..... | 29 |
| 3.2.1 | Data Primer (<i>Primary Data</i>)..... | 29 |
| 3.2.2 | Data Skunder (<i>Secondary Data</i>)..... | 29 |
| 3.3 | Definisi Operasional Variable dan Pengukurannya..... | 30 |
| 3.3.1 | Variabel Penelitian..... | 30 |
| 3.3.2 | Definisi Operasional Variabel..... | 31 |
| 3.3.3 | Pengukuran Variabel..... | 33 |
| 3.4 | Teknik Analisi Data..... | 33 |
| 3.4.1 | Analisis Regresi Linear Berganda..... | 33 |

| | | |
|--|---|----|
| 3.4.2 | Koefisien Determinasi (<i>R Square</i>)..... | 34 |
| 3.5 | Uji Kuesioner..... | 35 |
| 3.5.1 | Uji Validitas..... | 35 |
| 3.5.2 | Uji Reabilitas..... | 35 |
| 3.6 | Uji F..... | 36 |
| 3.7 | Uji t..... | 37 |
| BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN..... | | 38 |
| 4.1 | Uji Kualitas Data..... | 38 |
| 4.1.1 | Uji Validitas..... | 38 |
| 4.1.2 | Uji Reabilitas..... | 39 |
| 4.2 | Analisis Prosentase..... | 42 |
| 4.3 | Analisis Regresi Linear Berganda..... | 46 |
| 4.3.1 | Persamaan Regresi Linear Berganda..... | 46 |
| 4.3.2 | Koefisien Determinasi (R^2)..... | 48 |
| 4.4 | Uji F..... | 48 |
| 4.5 | Uji t..... | 50 |
| 4.6 | Pembahasan Analisis Hipotesis..... | 51 |
| BAB V PENUTUP..... | | 55 |
| 5.1 | Kesimpulan..... | 55 |
| 5.2 | Hasil Analisis Deskriptif Profil Responden..... | 55 |
| 5.3 | Hasil Analisis Regresi Koefisien Determinasi..... | 56 |
| 5.4 | Hasil Analisis Uji F..... | 56 |
| 5.5 | Hasil Analisis Uji t..... | 57 |
| 5.6 | Keterbatasan Penelitian..... | 59 |

| | |
|--------------------------------------|----|
| 5.7 Saran..... | 59 |
| 5.7.1 Bagi Perusahaan..... | 59 |
| 5.7.2 Bagi Peneliti Selanjutnya..... | 59 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 61 |
| LAMPIRAN..... | 64 |



DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1.1 Jasa Transportasi Online..... | 4 |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu..... | 21 |
| Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel..... | 31 |
| Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas..... | 39 |
| Tabel 4.2 Hasil Uji Reabilitas..... | 41 |
| Tabel 4.3 Hasil Uji Reabilitas Produk..... | 41 |
| Tabel 4.4 Hasil Uji Reabilitas Kualitas Pelayanan..... | 42 |
| Tabel 4.5 Hasil Uji Reabilitas Persepsi Harga..... | 42 |
| Tabel 4.6 Hasil Uji Reabilitas Kepuasan Pelanggan..... | 42 |
| Tabel 4.7 Jenis Kelamin..... | 43 |
| Tabel 4.8 Usia..... | 44 |
| Tabel 4.9 Pekerjaan..... | 44 |
| Tabel 4.10 Pendapatan Perbulan..... | 45 |
| Tabel 4.11 Frekuensi Pembelian..... | 46 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi..... | 47 |
| Tabel 4.13 Koefisien Determinasi..... | 49 |
| Tabel 4.14 Hasil Uji F..... | 50 |
| Tabel 4.15 Hasil Uji t..... | 51 |

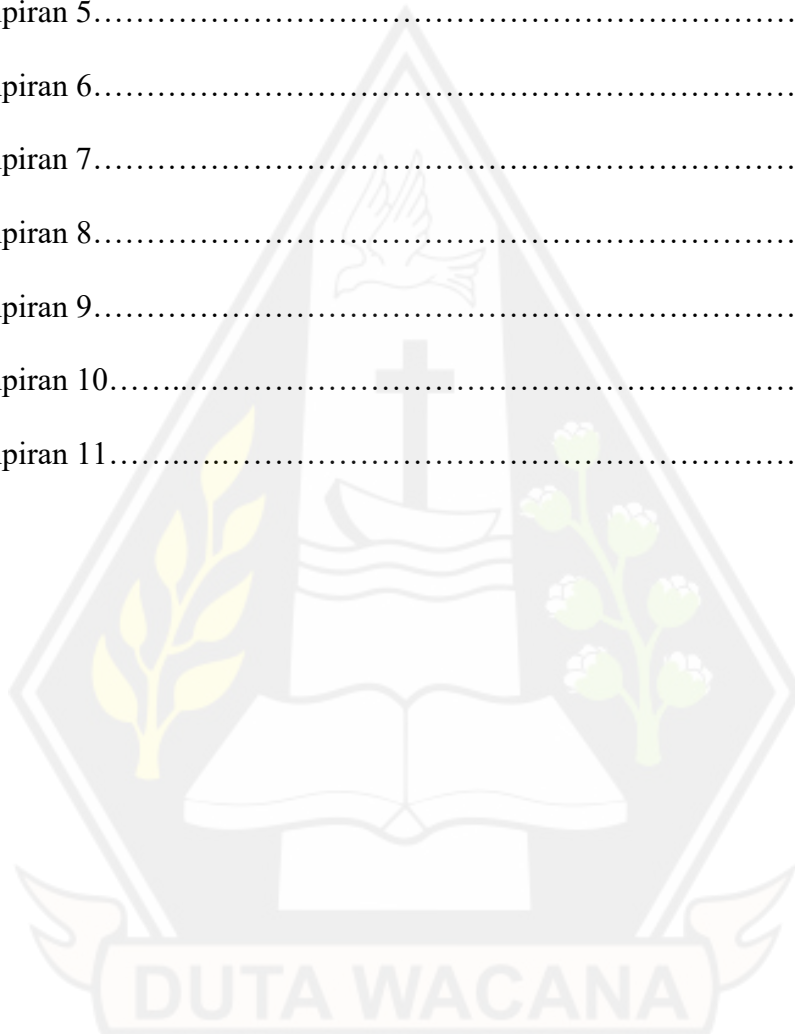
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.....27



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|------------------|----|
| Lampiran 1..... | 63 |
| Lampiran 2..... | 67 |
| Lampiran 3..... | 70 |
| Lampiran 4..... | 8 |
| Lampiran 5..... | 89 |
| Lampiran 6..... | 90 |
| Lampiran 7..... | 91 |
| Lampiran 8..... | 92 |
| Lampiran 9..... | 93 |
| Lampiran 10..... | 94 |
| Lampiran 11..... | 94 |

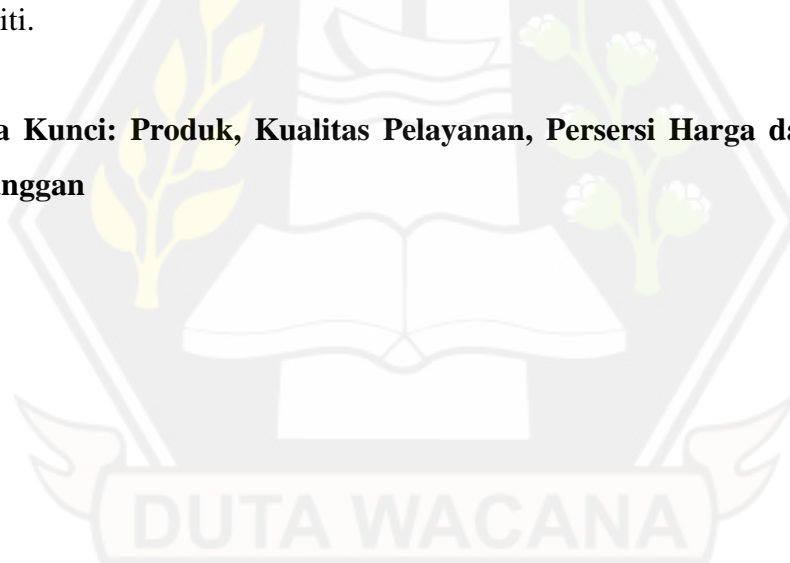


ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel produk, kualitas pelayanan, dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan Go Food di Daerah Istimewa Yogyakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian di Go Food Yogyakarta dalam 3 bulan terakhir. Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dan teknik penentuan sampel yang digunakan adalah teknik *Purposive sampling* dengan metode *Non-Probability sampling* dengan pengukuran variable menggunakan skala *likert*. Metode analisis data dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linear berganda, uji koefisien determinasi (R^2), uji F dan uji t. variable bebas dalam penelitian ini adalah produk, kualitas pelayanan, dan persepsi harga sedangkan variable terikatnya adalah kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil analisis data didapatkan kesimpulan bahwa terdapat dua variable bebas yaitu produk dan persepsi harga terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap variable terikatnya yaitu kepuasan pelanggan. Kesimpulan ini berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) yang menunjukkan bahwa variable bebas yaitu produk, kualitas layanan, dan persepsi harga berpengaruh sebesar 49,2% terhadap variable terikat yaitu kepuasan pelanggan sebesar 49,2% sedangkan sisanya sebanyak 50,8% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci: Produk, Kualitas Pelayanan, Persersi Harga dan Kepuasan Pelanggan

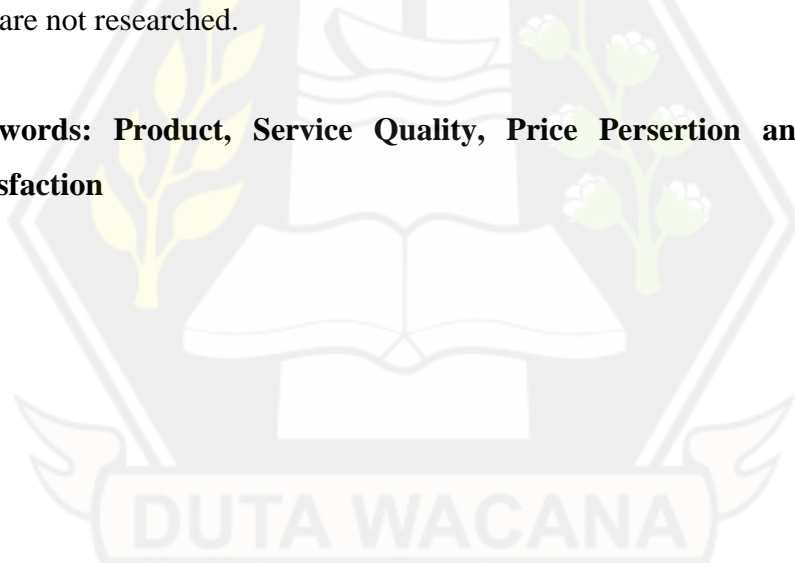


ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product variables, service quality, and price perceptions on Go Food customer satisfaction in the Special Region of Yogyakarta. The population in this study are consumers who have made a purchase at Go Food Yogyakarta in the last 3 months. The sample taken in this study were 100 respondents and the sampling technique used was purposive sampling technique with Non-Probability sampling method with variable measurement using a Likert scale. Data analysis methods in this study are validity test, reliability test, multiple linear regression test, coefficient of determination test (R^2), F test and t test. The independent variables in this study are product, service quality, and price perception, while the dependent variable is satisfaction. customer. The independent variables in this study are product, service quality, and price perception, while the dependent variable is customer satisfaction.

Based on the results of data analysis, it can be concluded that there are two independent variables, namely product and price perception, which have a significant effect on the dependent variable, namely customer satisfaction. This conclusion is based on the results of the coefficient of determination test (R^2) which shows that the independent variables, namely product, service quality, and price perception have an effect of 49.2% on the dependent variable, namely customer satisfaction, while the remaining 50.8% is influenced by other variables that are not researched.

Keywords: Product, Service Quality, Price Persertion and Customer Satisfaction



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era modern dengan kecanggihan terhadap bidang teknologi membuat aspek penunjang dalam kegiatan sehari-hari mengalami pembaharuan yang signifikan. Hal tersebut dialami di bidang transportasi yang mengalami berbagai pembaharuan yang memunculkan adanya dampak serta berbagai manfaat positif. Bidang ini mampu dipastikan akan terus berkembang dan mempunyai potensi untuk terus meningkat dikarenakan mempunyai pangsa pasar yang luas. Perkembangan teknologi membuat bidang transportasi untuk saat ini mempunyai inovasi terbaru yakni transportasi *via online*, dengan melakukan pelayanan jasa melalui aplikasi yang mampu diakses atau dipesan di *smartphone*. Teknologi yang semakin maju ini mampu menjadi potensi dan berpeluang terhadap bisnis bagi pengusaha, dikarenakan dengan kemajuan teknologi mampu memberikan manfaat positif untuk mempermudah aktivitas keseharian. Salah satu contohnya, seseorang memilih untuk menggunakan jasa *online* untuk bepergian atau memesan makanan melalui aplikasi tanpa harus datang langsung ke tempatnya.

Faktor penting dalam sektor bisnis ini adalah Produk merupakan aspek terpenting untuk mampu menjadi perhatian khusus konsumen untuk membeli, mempergunakan ataupun memberikan kepuasan terhadap kebutuhan dan keinginannya. Perihal persaingan pasar yang terjadi, tentunya perusahaan harus mempunyai rencana strategis yang memungkinkan memberikan peluang besar terhadap keterkaitan konsumen teruntuk memilih produk atau jasa tersebut yang

mempunyai berbagai kelebihan yang dimiliki. Faktor penting kedua ialah perihal memberikan kepuasan serta mampu menjamin komitmen dari konsumen dengan maksud dan tujuan teruntuk melakukan perluasan jangkauan pangsa pasar. Kinerja pelayanan melalui sikap yang kurang baik mampu mempengaruhi atau berdampak negatif terhadap ketertarikan konsumen serta mampu menghilangkan kepercayaan konsumen yang merugikan sebuah perusahaan. Kemudian, terdapat faktor yakni persepsi harga, dikarenakan faktor tersebut mampu memunculkan ketertarikan dan antusias lebih jika harga nya mampu terjangkau dari bermacam kelompok masyarakat, maka harga harus dipertimbangkan dan diperhatikan dengan sebaik mungkin yang nantinya akan mudah diterima konsumen.

Tiga faktor di atas yakni produk, kualitas pelayanan, serta persepsi harga ialah indikator yang mempunyai peranan penting yang perlu dipersiapkan perusahaan sebagai tolak ukur keberhasilan. Namun ada faktor yang tidak boleh dilupakan yakni kepuasan konsumen, karena hal ini akan berdampak panjang untuk keberlangsungan pembelian atau penggunaan jasa yang dilakukan konsumen teruntuk tetap mempercayai barang maupun jasa yang dihasilkan perusahaan. Sehingga, kepuasan tersebut memunculkan bentuk terus menerus yang menjadikan konsumen akan berlangganan jika kualitas yang diberikan mampu memberikan kepuasan terhadap konsumen tersebut. Kotler dan Keller (2009:138-139) kepuasan konsumen merupakan indikator keberhasilan yang dilakukan oleh perusahaan dalam memproduksi atau melayani konsumen dengan sikap atau perilaku yang senang dan menerima dengan berbangga hati atas kualitas ataupun nilai mutu yang diberikan. Sedangkan, ketidakpuasan akan

muncul jika hal yang didapatkan oleh konsumen tidak sesuai keinginan atau kebutuhannya.

Gojek ialah sebuah pembaharuan ataupun inovasi di bidang transportasi yang mempunyai kecanggihan teknologi yang diciptakan oleh anak bangsa dalam memberikan pelayanan melalui transportasi atau angkutan ojek. Nadiem Makarim ialah pencetus dari aplikasi Gojek ini yang berdiri tahun 2010 tepatnya di Jakarta. Gojek ialah perusahaan yang mampu memberikan berbagai pelayanan seperti jasa transportasi melalui aplikasi *via online*, pesan antar makanan, logistic dan berbagai jasa lainnya. Di mana seluruh aktivitas yang dilakukan menggunakan aplikasi Gojek tersebut untuk mengakses atau menjalankan pekerjaan melalui *smartphone*.

Seiring berjalannya waktu, tentunya aplikasi Gojek ini melakukan berbagai pembaharuan serta inovasi terbaru untuk memberikan pelayanan terbaiknya, hal tersebut dibuktikan dengan adanya berbagai layanan jasa seperti: *GoRide* (layanan transportasi sepeda motor), *GoCar* (layanan transportasi mobil), *GoSend* (layanan transportasi barang), *GoBox* (layanan transportasi barang yang besar), *GoBluebird* (layanan transportasi dengan bluebird), *GoPay* (layanan pembayaran digital), *GoTagihan* (layanan pembayaran tagihan), *GoSure* (layanan asuransi), *GoInvestasi* (layanan investasi), *GoFood* (layanan pemesanan makanan), *GoMart* (layanan belanja), *GoMed* (layanan pembelian obat), *GoShop* (layanan jasa titip beli barang), *GoPlay* (layanan hiburan menonton film), *GoTix* (layanan pemesanan tiket) dan lainnya. Berikut adalah total penggunaan transportasi *online*:

Tabel 1.1
Jasa Transportasi Online

| Brand | TBI 2020 | |
|-------|----------|-----|
| Gojek | 47.3% | TOP |
| Grab | 43.5% | TOP |

(Sumber: www.topbrand-award.com/2020)

Data tersebut menyatakan yakni gojek mendapatkan persentase 47.3% dalam survey terbaru yang dilakukan kepada pengguna jasa ojek yang berbasis online ini, Gojek pada sektor bisnis berada di urutan pertama jasa transportasi online dengan penggunaan oleh masyarakat Indonesia, dengan total persentase 47,3% pada tahun 2020. Ini dilakukan oleh Lembaga riset TOP Brand dengan mempergunakan keterlibatan dari 12.000 responden.

Go Food merupakan layanan yang ada di aplikasi Gojek yang mempunyai maksud untuk mempermudah pemesanan makanan atau minuman yang dengan mudah di unduh di *smartphone*. Pemesanan yang dilakukan oleh konsumen dengan aplikasi Gojek, lalu setelah itu diterima oleh driver yang langsung mengantarnya sesuai permintaan konsumen. Go Food tentunya mampu memberikan kemudahan untuk konsumen memesan makanan tanpa perlu antri dan praktis. Tempat makan atau minuman saat ini telah banyak yang menjadi mitra atau bekerjasama dengan Gojek untuk memberikan aksesoris dengan kemudahan kepada konsumen untuk memesan makanan atau minumannya melalui Go Food, oleh karena itu telah banyak bermacam variasi produk yang ditawarkan pada aplikasi Gojek. Layanan Go Food juga tentunya didukung oleh berbagai keterangan secara detail untuk memudahkan konsumen dalam menentukan jenis ataupun jumlah produk yang ingin dipesan, serta mampu

melakukan komunikasi dengan driver gojek jika ada hal yang ingin di sampaikan untuk meminimalisir kesalahan dalam pembelian ataupun pengantaran ke lokasi tempat konsumen.

Berdasarkan uraian dari latar belakang, peneliti mempunyai ketertarikan teruntuk membahas perihal bagaimana variabel produk, kualitas pelayanan, dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan. Maka dengan berbagai pertimbangan, penelitian berfokus melaksanakan penelitian yang berjudul “PENGARUH PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GO FOOD DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA”.

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai uraian yang telah disampaikan, ditentukan yang menjadi rumusan masalah ialah diantaranya:

- a. Apakah produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Go Food di Daerah Istimewa Yogyakarta?
- b. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Go Food di Daerah Istimewa Yogyakarta?
- c. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Go Food di Daerah Istimewa Yogyakarta?
- d. Apakah produk, kualitas pelayanan dan persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Go Food di Daerah Istimewa Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini ialah diantaranya:

- a. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap kepuasan pelanggan Go Food di Daerah Istimewa Yogyakarta.
- b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Go Food di Daerah Istimewa Yogyakarta.
- c. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan Go Food di Daerah Istimewa Yogyakarta.
- d. Untuk mengetahui pengaruh produk, kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan Go Food di Daerah Istimewa Yogyakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Sesuai penjelasan yang telah disampaikan, maka manfaat penelitian ini ialah:

- a. Bagi Perusahaan

Mampu dijadikan sebagai rencana strategis untuk melakukan pembaharuan dan inovasi baru dalam melakukan pemasaran serta mampu memberikan peningkatan terhadap kepuasan konsumen dalam penggunaan layanan Go Food.

- b. Bagi Masyarakat

Mampu dijadikan bahan pembelajaran yang memberikan dukungan untuk terus berkembang terhadap wawasan ataupun pemahaman, terkhusus perihal berbagai dampak atau pengaruh terhadap produk, kualitas

pelayanan, serta harga yang dilakukan untuk memberikan peningkatan kepuasan pembelian pada layanan Go Food.

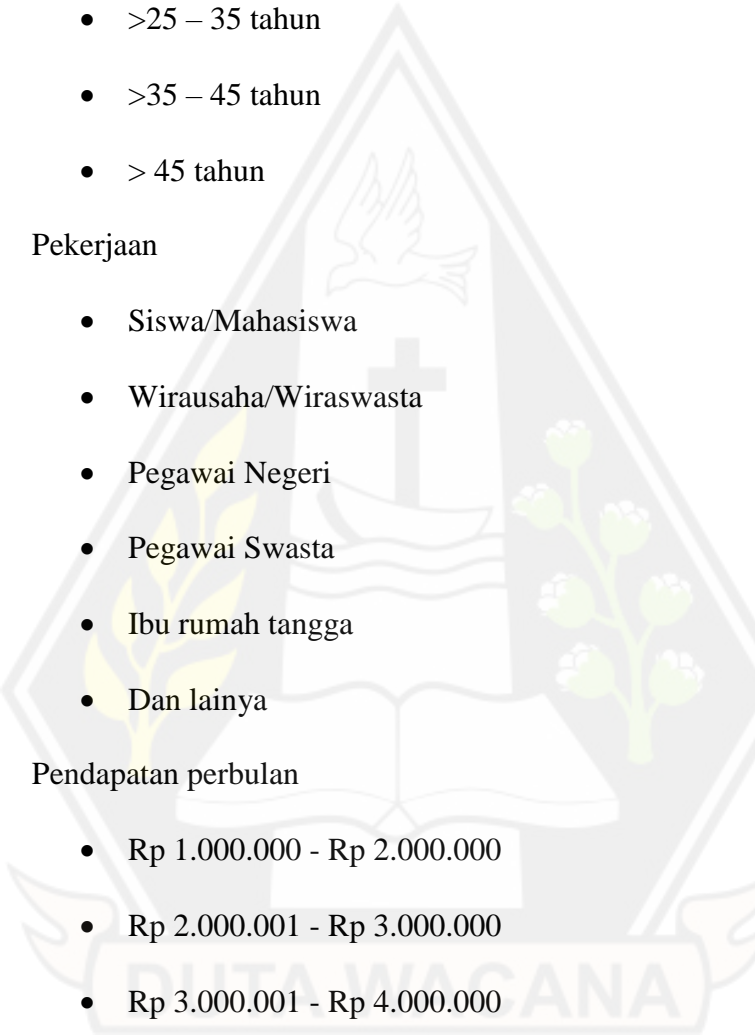
c. Bagi Peneliti Lain

Diharapkan menjadi referensi untuk menambah wawasan, pengetahuan maupun dijadikan sumber data atau informasi bagi penelitian selanjutnya agar mampu disempurnakan kekurangannya.

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian diantaranya yakni:

- a. Penelitian ini penggunaan jasa layanan aplikasi Go Food dalam pemesanan makanan dan minuman hingga pengantaran ke lokasi konsumen.
- b. Responden penelitiannya adalah orang yang pernah atau sedang menggunakan aplikasi layanan Go Food.
- c. Tempat penelitiannya yaitu Daerah Istimewa Yogyakarta.
- d. Jumlah responden yang akan diteliti 100 responden.
- e. Waktu penelitian dimulai dari Februari 2022 hingga Juni 2022.
- f. Variabel yang akan diteliti:
 - i. Variabel bebas (Variabel Independen)
 - X1 : Produk
 - X2 : Kualitas Pelayanan
 - X3 : Persepsi Harga
 - ii. Variabel terikat (Variabel Dependen)
 - Y : Kepuasan Pelanggan
- g. Profil responden

- 
- i. Jenis kelamin
- Laki – laki
 - Perempuan
- ii. Usia
- 16 – 25 tahun
 - >25 – 35 tahun
 - >35 – 45 tahun
 - > 45 tahun
- iii. Pekerjaan
- Siswa/Mahasiswa
 - Wirausaha/Wiraswasta
 - Pegawai Negeri
 - Pegawai Swasta
 - Ibu rumah tangga
 - Dan lainnya
- iv. Pendapatan perbulan
- Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000
 - Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000
 - Rp 3.000.001 - Rp 4.000.000
 - Rp 4.000.001 - Rp 5.000.000
 - >Rp 5.000.001
- v. Frekuensi pembelian di Go Food dalam 3 bulan terakhir
- 1 – 4 kali
 - 5 – 8 kali

- 9 - 12 kali
- >12 kali



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan dalam melakukan pengujian untuk mengetahui pengaruh produk, kualitas pelayanan, serta persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan Go Food di Yogyakarta. Peneliti telah melakukan uji terhadap sampel kuesioner sebanyak 100 responden. Responden penelitian ialah konsumen yang sedang ataupun telah membeli di Go Food minimal 1 sampai 4 kali dalam 3 bulan terakhir dan konsumen minimal berumur 16 tahun. Dilakukan verifikasi terlebih dahulu melalui uji validitas serta reabilitas kepada 30 responden, setelah itu dilakukan penyebaran kuesioner terhadap 100 orang yang telah dibuktikan dengan seluruh pertanyaan pada kuesioner telah teruji dengan hasil valid, peneliti langsung melanjutkan ke fase penelitian berikutnya.

5.2 Hasil Analisis Deskriptif Profil Responden

- a. Analisis deskriptif mampu memberikan simpulan yakni presentase pengguna layanan Go Food berdasarkan jenis kelamin (*gender*) didominasi oleh wanita dengan jumlah 54% dari 100 orang responden.
- b. Disimpulkan bahwa dari analisis deskriptif, presentase pengguna layanan Go Food berdasarkan usia didominasi oleh para responden dengan umur 16 – 25 tahun yaitu 58% dari 100 orang responden.

- c. Disimpulkan bahwa dari analisis deskriptif, presentase pengguna layanan Go Food berdasarkan pekerjaan didominasi oleh pelajar/mahasiswa dengan jumlah 51% dari 100 orang responden yang berpartisipasi.
- d. Disimpulkan bahwa dari analisis deskriptif, presentase pengguna layanan Go Food sesuai pendapatan perbulan pendapatan tertinggi dari responden berjumlah Rp 2.000.001 – Rp 3.000.000 dengan persentase 42% dari 100 orang responden.
- e. Disimpulkan bahwa dari analisis deskriptif, presentase pengguna layanan Go Food berdasarkan frekuensi pembelian sebanyak > 12 kali yaitu 32% dari 100 orang responden yang berpartisipasi.

5.3 Hasil Analisa Regresi Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan, maka didapatkan nilai Adjusted R Square sejumlah 49,2%, disimpulkan bahwa variabel X1, X2, X3 (produk, kualitas pelayanan, dan persepsi harga) memiliki pengaruh sebesar 49,2% terhadap kepuasan pelanggan pengguna layanan Go Food di Yogyakarta. Sedangkan sisanya yang berjumlah 50,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Contohnya seperti promosi, customer rating, dan citra merek.

5.4 Hasil Analisis Uji F

Mampu didapatkan simpulan yakni variabel yang terdiri dari produk, kualitas pelayanan, serta persepsi harga secara bersamaan dan

simultan mempunyai dampak yang besar terhadap kepuasan pelanggan Go Food di Yogyakarta dikarenakan nilai probabilitasnya ialah 0,000.

5.5 Hasil Analisa Uji t

- a. Sesuai hasil uji parsial yang dikerjakan menunjukkan bahwa koefisien regresi pada produk mempunyai hasil perbandingan nilai sig dengan tingkat signifikansi yang dapat dikatakan H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga mampu didapatkan simpulan yakni variabel Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan terhadap layanan Go Food di wilayah Yogyakarta.
- b. Sesuai hasil uji parsial yang dikerjakan menunjukkan bahwa koefisien regresi pada kualitas layanan, hasil perbandingan nilai sig dengan tingkat signifikansi maka dapat dikatakan H_0 diterima dan H_a ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada layanan Go Food di wilayah Yogyakarta.
- c. Berdasarkan hasil uji parsial yang dikerjakan maka mampu dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, pada variabel persepsi harga yang memperoleh hasil perbandingan nilai sig dengan taraf signifikansi, mampu diambil simpulan yakni variabel Persepsi Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada layanan Go Food di wilayah Yogyakarta.

5.6 Keterbatasan Penelitian

- a. Variabel penelitian yang diteliti terbatas pada produk, kualitas layanan, serta persepsi harga sementara banyak variabel yang mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan.
- b. Penelitian ini hanya mempergunakan kuesioner yang terdapat jawaban tertutup, yang berakibat responden harus menjawab berdasarkan acuan yang ditentukan oleh peneliti.
- c. Penelitian ini hanya terbatas di wilayah Yogyakarta.

5.7 Saran

5.7.1 Bagi Perusahaan

Berdasarkan dari hasil penelitian terhadap variabel yang diteliti yakni produk, kualitas pelayanan, serta persepsi harga. Berikut ini berbagai saran untuk mampu dijadikan bahan sebagai pertimbangan perusahaan dalam menjalankan aktivitas kegiatannya.

- a. Kepuasan pelanggan terhadap layanan Go Food di wilayah Yogyakarta dipengaruhi oleh produk yang mampu digunakan atau dibeli. Sehingga Go Food harus terus mengembangkan kinerja, kemudahan, variasi kelengkapan produk, informasi yang diberikan pada mengenai produk pada aplikasi akan memudahkan pelanggan untuk memilih dan membeli.
- b. Kepuasan pelanggan terhadap layanan Go Food di wilayah Yogyakarta dipengaruhi oleh persepsi harga yang telah ditentukan sebelumnya. Sehingga Go Food Yogyakarta harus terus memastikan bahwa harga

yang ditentukan di pangsa pasa mampu memberikan kemudahan untuk dijangkau oleh khalayak umum, serta harga yang ditentukan telah mempertimbangkan dan memperhatikan kualitas produk dan sumber bahan yang dipergunakan itu baik, maka jika hal tersebut dipersiapkan akan memunculkan persepsi harga yang baik di pelanggan terhadap Go Food.

5.7.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Sesuai dengan berbagai penjabaran serta hasil yang diperoleh pada penelitian, maka mampu didapatkan simpulan bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan pembaharuan dan perbaikan dari kesalahan ataupun kekurangan.

- a. Mampu melakukan inovasi terhadap penambahan variabel yang mempunyai dampak atau berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, salah satunya yakni citra merek atau promosi penjualan.
- b. Bagi peneliti selanjutnya, dapat menambahkan metode penelitian yakni melakukan wawancara secara tatap muka terhadap responden sehingga akan mendapatkan data dengan hasil valid dan akurat sehingga dapat membantu peneliti dalam pembuatan data yang dibutuhkan.
- c. Dalam penyusunan kuesioner kiranya dapat menggunakan kata yang mudah dipahami oleh pembaca yang mempunyai keterkaitan terhadap proses penyusunan penelitian, sehingga responden dapat dengan mudah memahami pernyataan yang diberikan dan tidak membosankan responden.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, I. d. (2008). *Agama dan Kearifan Lokal dalam Tantangan Global*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Cetakan ke sembilan*. Bandung : Alfabeth.
- Aptaguna, A. P. (2016). PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI JASA GO-JEK. Universitas Pembangunan Jaya, Widyakala Volume 3. ISSN : 2337-7313.
- Buchari Alma. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- C Olson, J. J. (2014). *Consumer Behaviour and Marketing Strategic. 8th, Boston: McGraw-Hill. Terjemahan Diah Tantri Dwi Andan*. Jakarta: Erlangga.
- Daryanto. (2013). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran. Cetakan II*. Bandung: PT. Sarana Tutorial Nurani.
- Fandi, T. (2014). *Service, Quality & Satisfaction. Edisi 3*. Yogyakarta: Andi.
- Fandy Tjiptono. (2007). *Strategi Pemasaran. Edisi 2*. Yogyakarta: Andi.
- Fandy Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Fandy Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran. Edisi 4*. Yogyakarta: Andi.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Cetakan Keempat*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hafidz, I. (2018). PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH GRAB BIKE DI KOTA MALANG. *Uin Maulanan Malik Ibrahim*, Dipublikasi pada Jurnal *etheses.uin-malang*.
- Kotler, Philip, Armstrong. (2017). *Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler Philip, Armstrong Gary. (2013). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Armstrong. (2001). *Prinsip-prinsip pemasaran. Edisi 12. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2016). *manajemen pemasaran. Edisi 12. jilid1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2014). *Principle of Marketing. 15th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2014). *Principle Of Marketing*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing. Edisi 7*. Jakarta: Erlangga.
- Kusumastuti, A. (2011). PENGENALAN POLA GLOMBANG KHAS DENGAN INTERPOLASI. *Jurnal CAUCHY*, Universitas Islam Negeri Malang. 2(1): 7-12.
- Lukman, Sampara. (2000). *Manajemen Kualitas Pelayanan*. Jakarta: STIA LAN Press.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nikmah, S. (2013). *ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT ULANG KARTU PRABAYAR INDOSAT IM3 OLEH MAHASISWA FAKULTAS EKONOMIKA DAN BINIS UNIVERSITAS DIPONEGORO SEMARANG*. Semarang: eprints.umg.ac.id.

- Oliver, R. L. (2019). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consume*. Routledge.
- Ratnasari, A. D. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Bisnis Online Shop Di Kota Samarinda. Volume 5.
- Sinambela, L. P. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2015). *Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: : CAPS (Center for Academic Publishing).
- Surianto, K. N. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA JASA TRANSPORTASI ONLINE GRAB CAR di YOGYAKARTA. Prosiding SENDI_U 2019. ISBN: 978-979-3649-99-3.
- Suwandi, J. (2011). *Penelitian Tindakan Kelas, Surakarta*. Qinant.
- Tjiptono, F. (2012). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Zara, A. (2017). PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAAN PELANGGAN PENGGUNA JASA TRANSPORTASI OJEK ONLINE (studi pelanggan ojek online di kota Yogyakarta). Yogyakarta. Diterbitkan UNY.