

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN
KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
GO FOOD DI KOTA YOGYAKARTA**

SKRIPSI



DISUSUN OLEH:

DEVARA FAFIAN

11190648

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

2023

HALAMAN PENGAJUAN

**Diajukan kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen
Fakultas Kristen Duta Wacana
Untuk Memenuhi Sebagai Syarat – Syarat
Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**



DISUSUN OLEH:

DEVARA FAFIAN

11190648

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

2023

**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 : Devara Fafian
NIM : 11190648
Program studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi 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 KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN
KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GO
FOOD DI KOTA 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 : 23 Juni 2023

Yang menyatakan


(Devara Fafian)
NIM. 11190648

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan Judul:

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN
KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
GO FOOD DI KOTA YOGYAKARTA**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh :

DEVARA FAFIAN

11190648

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

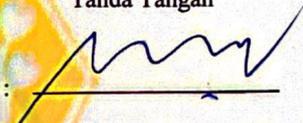
Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Manajemen pada tanggal 19 Juni 2023.

Nama Dosen

Tanda Tangan

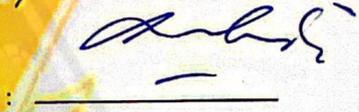
1. **Dra. Ety Istriani, MM**

(Ketua Tim)



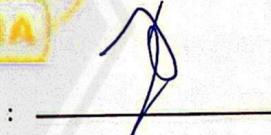
2. **Dr. Drs. Sisnuhadi, MBA.**

(Dosen Penguji)



3. **Dr. Singgih Santoso, S.E., M.M.**

(Dosen Pembimbing)



Yogyakarta, 19 Juni 2023

Disahkan Oleh :

Dekan Fakultas Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Perminas Pangeran, M.Si



Drs. Sisnuhadi, MBA., ph.D

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :

**“PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN
KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN GO FOOD DI KOTA YOGYAKARTA”**

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan dan atau duplikasi dari hasil karya pihak lain pada perguruan tinggi atau institusi manapun, kecuali pada bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

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

Yogyakarta, 24 Mei 2023



Devara Fafian

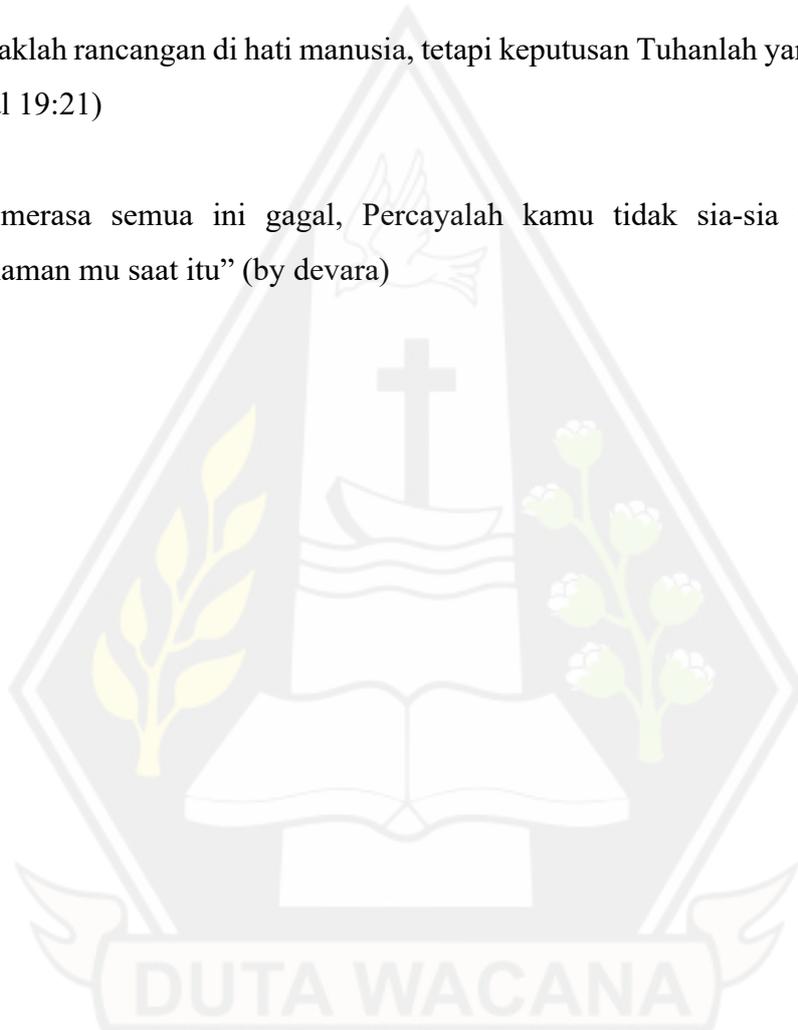
(11190648)

HALAMAN MOTTO

“Hati yang gembira adalah obat yang manjur, tetapi semangat yang patah mengeringkan tulang” (Amsal 17:22)

“Banyaklah rancangan di hati manusia, tetapi keputusan Tuhanlah yang terlaksana” (Amsal 19:21)

“Jika merasa semua ini gagal, Percayalah kamu tidak sia-sia terbayar oleh pengalaman mu saat itu” (by devara)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya tulis ilmiah ini penulis mempersembahkan dengan sangat bahagia dan tak lupa mengucapkan rasa terimakasih kepada :

- Tuhan Yesus yang selalu mengasih jalan terbuka sehingga penulis bisa menyelesaikan karya ilmiah ini
- Kedua orang tua yaitu Bapak Emanuel Sutikno dan Ibu Eudia Sukantun yang selalu memberikan dukungan, doa, motivasi dan perhatian kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
- Kepada kakak penulis Devona Febrienne yang selalu memberikan semangat dan mengingatkan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
- Kepada seorang wanita hebat Devya Anggarista yang selalu mensupport dan memberikan masukan serta perhatian kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
- Kepada dosen pembimbing bapak Dr. Singgih Santoso, MM yang sudah meluangkan waktu dan selalu sabar dalam membimbing penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
- Kepada bapak Edy Nugroho Widihantoro, M.Sc yang sudah membantu dalam pengolahan data di dalam skripsi ini.
- Kepada keluarga besar dan teman seperjuangan lainnya yang terus saling memberi semangat untuk menyelesaikan penelitian ini
- Kepada sepupu penulis Billy Petra Lanapu yang membantu penulis
- Teman seperjuangan penulis Abraham Vincent Gavriel yang selalu mengarahkan dengan sabar kepada penulis

- Kepada sahabat penulis Arif Adiguna yang selalu ada untuk membantu penulis secara tulus
- Kepada masyarakat Kota Yogyakarta yang telah bersedia menjadi responden dan memberikan informasi untuk keberlangsungan penelitian ini
- Kepada staff perpustakaan UKDW yang telah membantu melakukan pemeriksaan turnitin pada penelitian yang telah dilakukan



KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa, karena atas berkat dan anugerah-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GO FOOD DI KOTA YOGYAKARTA”**. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Dalam proses penyelesaian skripsi ini, tidak sedikit hambatan dan rintangan yang dialami oleh penulis karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan saran/kritik yang membangun untuk memperbaiki segala kekurangan dalam penulisan dan berguna untuk meningkatkan mutu dan kualitas skripsi untuk masa yang akan datang. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Singgih Santoso, MM. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
2. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral
3. Pasangan yang telah membantu mendampingi dan mensupport saya untuk menyelesaikan penelitian ini
4. Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LAMAN SAMPUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Komponen dan Tautan	6
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.6 Batasan Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Kualitas Layanan	9
2.1.2 Persepsi Harga	11
2.1.3 Kemudahan Penggunaan	12
2.1.4 Kepuasan Pelanggan	13
2.2 Penelitian Terdahulu	15
2.3 Pengembangan Hipotesis	18
2.3.1 Hubungan antara Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan	18
2.3.2 Hubungan antara Persepsi Harga dan Kepuasan Pelanggan	19
2.3.3 Hubungan antara Kemudahan Penggunaan dan Kepuasan Pelanggan	20

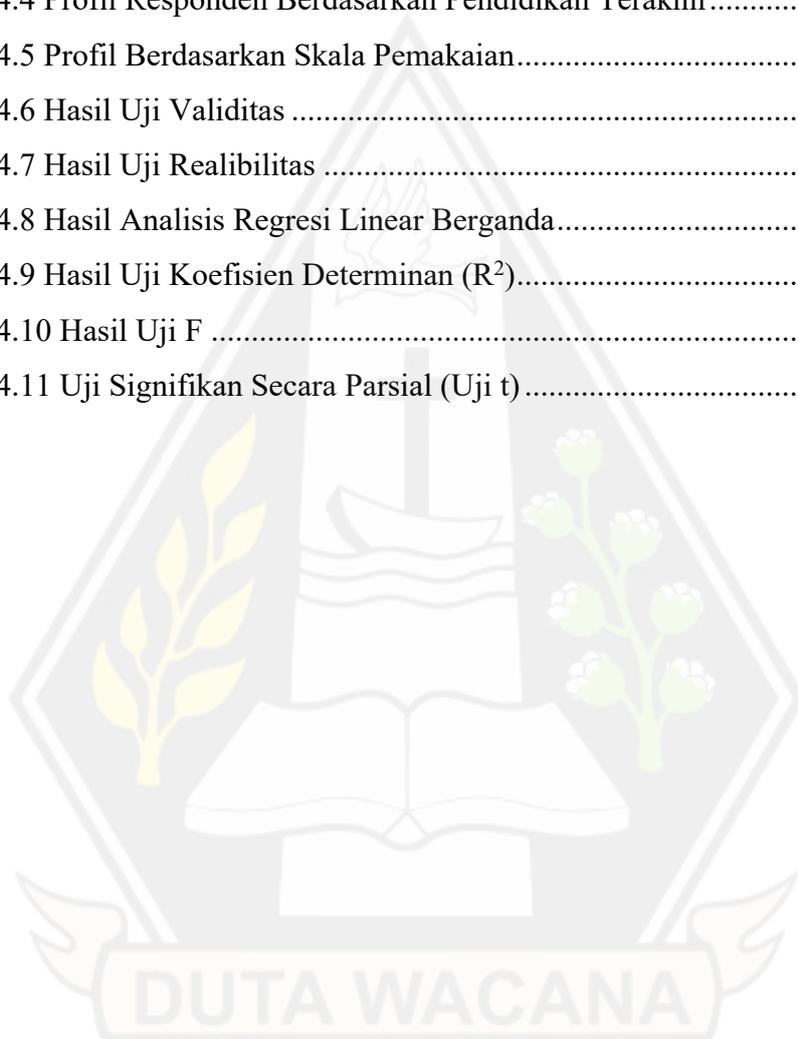
2.4 Hipotesis	21
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1 Data dan Sumber.....	22
3.1.1 Sumber Data	22
3.1.2 Pengumpulan Data.....	22
3.1.3 Populasi dan Sampel.....	23
3.2 Definisi Variabel dan Pengukurannya	24
3.2.1 Skala Pengukuran Data.....	27
3.3 Metode Analisis Data	28
3.3.1 Uji Validitas.....	28
3.3.2 Uji Reliabilitas	29
3.4 Uji Statistik	29
3.4.1 Analisis Linier Berganda	29
3.5 Uji Hipotesis	30
3.5.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	31
3.5.2 Uji F	31
3.5.3 Uji Parsial (Uji t)	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Profil Responden Penelitian	33
4.1.1 Profil Responden Berdasarkan Usia	33
4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	34
4.1.3 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	35
4.1.4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	36
4.1.5 Profil Responden Berdasarkan Skala Pemakaian	36
4.2 Uji Instrumen Penelitian	37
4.2.1 Uji Validitas.....	37
4.2.2 Uji Reliabilitas	39
4.3 Pengujian Hipotesis	40
4.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda	40
4.3.2 Uji Koefisien Determinan (R^2)	42
4.3.3 Uji Signifikan Secara Simultan (Uji F)	43
4.3.4 Uji Signifikan Secara Parsial (Uji t)	45

4.4 Pembahasan	46
4.4.1 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Go Food di Kota Yogyakarta.....	46
4.4.2 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Go Food di Kota Yogyakarta.....	47
4.4.3 Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Pelanggan Go Food di Kota Yogyakarta.....	48
BAB V PENUTUP	50
5.1 Kesimpulan.....	50
5.1.1 Hasil Analisis Profil Responden.....	50
5.1.2 Hasil Analisis Koefisien Determinasi.....	50
5.1.3 Hasil Analisis Uji F	51
5.1.4 Hasil Analisis Uji t.....	51
5.2 Keterbatasan	51
5.3 Saran	52
5.3.1 Bagi Perusahaan.....	52
5.3.2 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	53
DAFTAR PUSTAKA.....	54
LAMPIRAN	58



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 3.1 Variabel Operasional	25
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Usia	34
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	34
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	35
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	36
Tabel 4.5 Profil Berdasarkan Skala Pemakaian.....	36
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas	38
Tabel 4.7 Hasil Uji Realibilitas	39
Tabel 4.8 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	40
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2).....	42
Tabel 4.10 Hasil Uji F	44
Tabel 4.11 Uji Signifikan Secara Parsial (Uji t)	45



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Konseptual.....6



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	58
Lampiran 2. Rekap Data Responden	61
Lampiran 3. Hasil Olah Data Uji Validitas & Realibilitas	76
Lampiran 4. Olah Data Deskriptif	78
Lampiran 5. Uji Regresi	80
Lampiran 6. Kartu Konsultasi Skripsi	82
Lampiran 7. Halaman Persetujuan.....	83
Lampiran 8. Revisi Formulir Judul Skripsi.....	84
Lampiran 9. Lembar Revisi Ujian Pendadaran.....	85



**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN
KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
GO FOOD DI KOTA YOGYAKARTA**

Devara Fafian

1190648

Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

devara.fafian@students.ukdw.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, persepsi harga, dan kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pelanggan Go Food di Kota Yogyakarta. Responden dari penelitian ini adalah para pengguna platform aplikasi pesan antar makanan Go Food yang berada di Kota Yogyakarta. Metode pengumpulan data yang dipakai adalah dengan menggunakan penyebaran angket atau kuisioner. Sampel yang digunakan serta dipilih dengan teknik *Non Probability Sampling* dan cara pengambilan menggunakan *Convenience sampling*. Jumlah responden yang diambil sebanyak 109 orang. Untuk metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dan untuk melihat kontribusi dari setiap variabel bebas secara parsial digunakan uji T dan untuk menguji hipotesis digunakan uji F. Terdapat dua variabel, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebasnya adalah Kualitas Layanan, Persepsi Harga, dan Kemudahan Penggunaan, sedangkan variabel terikatnya adalah Kepuasan Pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kemudahan penggunaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Tetapi pada persepsi harga secara positif tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara umum variabel kualitas layanan, persepsi harga, dan kemudahan penggunaan berpengaruh sebesar 57% dengan sisa 43% yang dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Kemudahan Penggunaan, Kepuasan Pelanggan, Go Food

**THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, PRICE PERCEPTION AND
EASE OF USE ON CUSTOMER SATISFACTION OF GO FOOD IN
YOGYAKARTA CITY**

Devara Fafian

1190648

Department Of Management

Faculty of Business Duta Wacana Christian University

devara.fafian@students.ukdw.ac.id

ABSTRACT

This research was conducted to determine the effect of service quality, price perception, and ease of use on Go Food customer satisfaction in the city of Yogyakarta. The respondents of this study were users of the Go Food food delivery application platform in the city of Yogyakarta. The data collection method used is to use questionnaires or questionnaires. The sample used and selected with the technique of Non Probability Sampling and the method of taking using Convenience sampling. The number of respondents taken as many as 109 people. The analytical method used in this study is multiple linear regression analysis and to see the contribution of each independent variable partially, the T test is used and the F test is used to test the hypothesis. There are two variables, namely the independent variable and the dependent variable. The independent variables are Service Quality, Perceived Price, and Ease of Use, while the dependent variable is Customer Satisfaction.

Based on the results of the research conducted, it shows that service quality and ease of use have a positive and significant effect on customer satisfaction. But the price perception positively does not have a significant effect on customer satisfaction. In general, the variables of service quality, price perception, and ease of use have an effect of 57% with the remaining 43% being influenced by variables not examined.

Keywords : Service Quality, Price Perception, Ease of Use, Consumer Satisfaction, Go Food

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi semakin pesat seiring dengan arus gelombang globalisasi. Hal itu dapat membantu dan memudahkan manusia dalam melakukan berbagai tugas hidup karena teknologi semakin penting dari waktu ke waktu. Ada sebuah fenomena dalam teknologi modern yang disebut internet, yang memungkinkan individu untuk mendapatkan dan berbagi informasi yang mereka butuhkan. Selain itu, ada peluang untuk menjalankan perusahaan maupun bisnis di internet atau media sosial.

Bidang perdagangan merupakan bidang usaha yang saat ini sedang berkembang. Industri makanan merupakan salah satu industri perusahaan dagang yang paling banyak ditemui. Aktivitas perdagangan publik di industri makanan saat ini banyak diminati. Fenomena yang ditimbulkan dari dukungan kemudahan memulai usaha makanan adalah bertambahnya populasi pelaku usaha kuliner. Banyak orang memilih untuk bekerja di industri kuliner karena lebih mudah dioperasikan daripada industri lainnya. Selain itu, industri kuliner memiliki permintaan publik yang signifikan karena biaya awal yang rendah dan tidak diperlukan persyaratan pendidikan tinggi bagi pengelolanya.

Mengikuti alur kemajuan teknologi, Rakhmawati (2019) menyoroti bahwa pengusaha harus dapat memahami dan menggunakan teknologi informasi dalam operasi komersial untuk memperkuat kemampuan kompetitif mereka. Kemajuan teknologi telah menyebabkan peningkatan jumlah perusahaan kuliner yang kini melakukan penjualan secara online. Kinerja

penjualan industri kuliner meningkat sebagai hasil dari pendekatan ini. Prosedur ini masih dikembangkan sampai sekarang. Karena melakukan pembelian secara online itu sederhana dan hanya membutuhkan *smartphone* dan internet, banyak orang memilih untuk melakukannya. Selain itu, bisnis kuliner banyak diminati masyarakat karena biaya awal yang murah dan minimnya persyaratan gelar manajerial.

Terdapat layanan *delivery order* makanan online yang bekerja sama dengan banyak restoran dan gerai makanan di Indonesia agar bisnis makanan mereka dapat berjalan dengan lancar, menguntungkan bagi restoran atau gerai makanan tersebut, dan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan mereka. Dengan hanya menggunakan aplikasi internet dan *smartphone*, bisnis *delivery order* makanan online ini ingin memudahkan pelanggan dalam membeli barang makanan dan minuman. Dengan adanya jasa layanan *delivery order* makanan ini tentu membantu pelanggan dalam memenuhi salah satu kebutuhan primernya yaitu kebutuhan akan makanan atau pangan. Contoh salah satu layanan jasa *delivery order* makanan yang sudah berjalan di Indonesia adalah Go Food dari perusahaan platform E-commerce GO-JEK.

Pada tahun 2010, GO-JEK hadir sebagai penyedia transportasi roda dua melalui telepon. Aplikasi GO-JEK menawarkan berbagai macam layanan, antara lain transportasi, logistik, pembayaran, *delivery order* makanan, dan lainnya. GO-JEK saat ini sedang berkembang menjadi *on-demand mobile platform*. setelah sukses di industri ojek online indonesia. Go Food adalah salah satu pasar baru yang mulai dimasuki oleh GO-JEK. *Food delivery* menawarkan pengiriman makanan yang mirip dengan pesanan takeout restoran. Masyarakat

dapat memesan makanan atau minuman dari restoran yang bermitra dengan GO-JEK dengan menggunakan ponsel dan fungsi Go Food di aplikasi GO-JEK. Go-Jek akan memesan makanan dan mengirimkannya secara pribadi. Go Food adalah pendekatan alternatif yang dapat membantu pengusaha kuliner yang kekurangan dana untuk membuat bisnis *delivery order*. Tanpa mempekerjakan personel, perusahaan makanan dapat menyediakan layanan pengiriman. Biasanya pengusaha dari kuliner dapat langsung merasakan keuntungan dari layanan ini karena tidak perlu mengeluarkan dana yang besar untuk pengembangan layanan *delivery order*. Sebaliknya, mereka dapat menggunakan layanan *Go Food* sebagai pilihan yang layak yang sangat bermanfaat, lugas, dan menguntungkan (Widyayanti & Insiatiningsih, 2021). *Food delivery* melayani dengan fungsi yang sama dan memiliki tujuan yang sama dengan bisnis pengiriman makanan lainnya, sehingga mendorong persaingan sengit. *Food delivery* harus memperhatikan *service quality* karena berdampak signifikan pada layanan *delivery order* makanan jika ingin tetap dapat bersaing.

Pengusaha di industri transportasi yang mengandalkan aplikasi kini tidak hanya mencari penghasilan, tetapi juga menawarkan layanan baru untuk menghasilkan kepuasan pelanggan dari upaya pemasaran. Memberikan layanan berkualitas tinggi secara konsisten sangat penting untuk membuat pelanggan senang dan puas, karena hal ini secara tidak langsung akan mendorong lebih banyak orang untuk menggunakan layanan pesan-antar makanan dan meningkatkan permintaan pelanggan bagi sebuah perusahaan. Ketika kualitas layanan dikelola dengan baik, maka dapat memenuhi

ekspektasi masyarakat. Terdapat sejumlah pertimbangan penting bagi masyarakat yang berdampak pada kualitas layanan (Riyadin, 2019). Dengan pelanggan yang puas karena kualitas layanan yang memenuhi harapan, sebuah bisnis dapat tumbuh dan berkembang hingga mencapai titik di mana ia dapat bertahan lebih lama dari para pesaingnya.

Selain kualitas layanan, persepsi harga adalah faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Menurut Campbell dalam Cockril dan Goode (2010:368), persepsi harga merupakan elemen psikologis yang berasal dari sejumlah faktor yang secara signifikan mempengaruhi bagaimana konsumen bereaksi terhadap harga. Karena itu, pilihan seseorang untuk membeli didasarkan pada bagaimana mereka memandang harga. Pada masa ini, banyak perusahaan jasa layanan antar makanan yang berlomba-lomba dalam memberikan harga yang relatif murah dan terjangkau agar dapat menarik perhatian konsumen dan menjadi kepuasan konsumen dalam penggunaan jasa layanan antar makanan. Harga juga memiliki peran yang penting terhadap konsumen dan perusahaan, bagi konsumen peran dari harga yaitu menentukan platform jasa mana yang akan dipakai. Sedangkan bagi perusahaan yaitu sebagai sumber pemasukan untuk keberlangsungan kegiatan operasional perusahaan.

Selanjutnya dari aspek kemudahan penggunaan Go Food terhadap kepuasan pelanggan. Sesuai yang dijelaskan oleh Puspitasari & Aprileny (2020) sebagai “tingkat atau situasi di mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu tidak memerlukan usaha apa pun” (*free of effort*) atau dengan makna lain bahwa suatu teknologi terbilang mudah untuk

dipahami. Kemudahan penggunaan suatu platform atau aplikasi menjadi salah satu factor penting yang harus diperhatikan dalam mencapai kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kemudahan penggunaan sangat penting saat berbelanja online karena berbagai alasan, termasuk fakta bahwa kemudahan interaksi dan kemudahan mengakses informasi mampu membuat peluang pelanggan yang puas kembali berbelanja serta mempertahankan kepercayaan pelanggan karena pelanggan tidak merasa kebingungan maupun kesulitan.

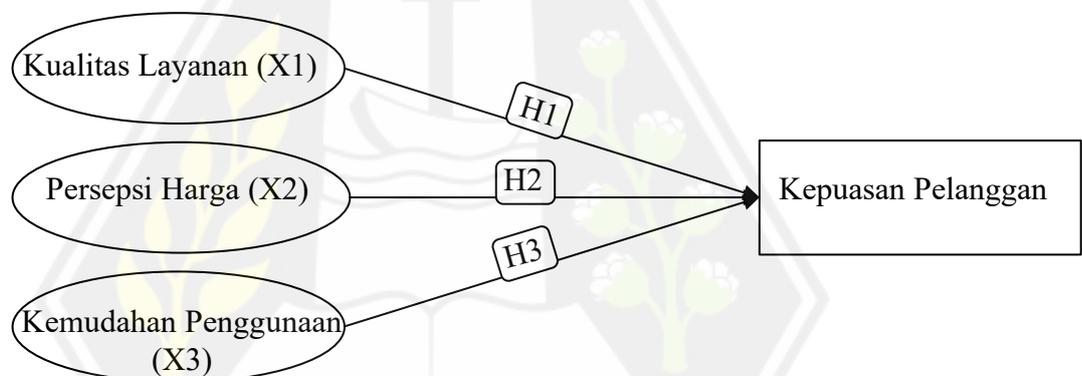
Kepuasan pelanggan adalah ekspresi dan perilaku yang dihasilkan dari penilaian kinerja suatu produk berdasarkan seberapa dekat harapan dengan keinginan yang sebenarnya. Pelanggan yang secara teratur membeli atau menggunakan produk atau merek merasa puas dengan produk atau merek tersebut. Selain itu, hal ini tidak menutup kemungkinan bahwa pengguna akan mendiskusikan atau membagikan kesan mereka tentang kualitas produk kepada orang lain. loyalitas konsumen akan berkembang jika konsumen senang. Sulistyawati & Seminari (2010) menyebutkan bahwa perusahaan dapat memperoleh berbagai keuntungan dengan mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. Manfaat ini termasuk peningkatan loyalitas pelanggan, penurunan sensitivitas harga, pengurangan biaya kegagalan pemasaran, pengurangan biaya operasional sebagai akibat dari peningkatan volume pelanggan, peningkatan efisiensi periklanan, dan peningkatan reputasi merek.

Dengan adanya informasi yang diberikan, penulis penasaran untuk melihat bagaimana kepuasan pelanggan terhadap Go Food di Yogyakarta dipengaruhi oleh kualitas layanan, persepsi harga, dan kemudahan penggunaan. Mengacu pada uraian di atas, jadi pada kesempatan penelitian kali

ini penulis mengambil judul penelitian : **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GO FOOD DI KOTA YOGYAKARTA”**

1.2 Komponen dan Tautan

Berdasarkan uraian di atas, peneliti ingin mengetahui hubungan pengaruh variabel independen yakni Kualitas Layanan (X1), Persepsi Harga (X2) dan Kemudahan Penggunaan (X3) terhadap variable dependen yakni Kepuasan Pelanggan yang digambarkan dalam paradigma berikut:



Gambar 1.1 Kerangka Konseptual

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang, maka bentuk rumusan masalah yang terdapat dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Go Food di Kota Yogyakarta?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Go Food di Kota Yogyakarta?

3. Apakah kemudahan penggunaan aplikasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Go Food di Kota Yogyakarta?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dijelaskan di atas, maka tujuan penelitian yang ingin diketahui yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan signifikansinya terhadap kepuasan pelanggan Go Food di Kota Yogyakarta
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga dan signifikansinya terhadap kepuasan pelanggan Go Food di Kota Yogyakarta
3. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pelanggan aplikasi Go Food di Kota Yogyakarta

1.5 Manfaat Penelitian

Penulis mengharapkan keuntungan sebagai berikut dari penelitian ini:

A. Bagi Perusahaan GO-JEK

Temuan survei ini akan membantu Perusahaan GO-JEK untuk lebih memahami kepuasan pelanggan terhadap Go Food di Kota Yogyakarta dalam hal kualitas layanan, persepsi harga ongkir, dan kemudahan penggunaan. Hasil penelitian ini juga dapat berfungsi sebagai suatu sumber informasi bagi bisnis yang ingin meningkatkan layanan pelanggan atau konsumen mereka.

B. Bagi Peneliti

Bermanfaat sebagai sumber informasi untuk mengaplikasikan ilmu yang dipelajari pada tahap perkuliahan, memungkinkan penulis untuk menilai tingkat

kemudahan penggunaan, nilai yang dirasakan, dan kualitas layanan pelanggan Go Food di kota Yogyakarta.

C. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dapat berfungsi sebagai titik awal untuk penelitian lebih lanjut, dan temuan dapat digunakan sebagai tolok ukur oleh peneliti lain yang menangani beragam masalah serupa.

1.6 Batasan Penelitian

Penulis menetapkan batasan kajian sebagai berikut agar permasalahan yang dikaji tidak terlalu luas:

1. Maksud Go Food dalam penelitian ini adalah jasa aplikasi dari perusahaan platform *E-commerce* Go Food yaitu GO-JEK
2. Lokasi Penelitian: Kota Yogyakarta
3. Responden Penelitian: Pelanggan yang menggunakan platform Go Food
4. Jumlah Responden : minimal 100 Responden
5. Waktu Penelitian : Maret 2023-selesai
6. Variabel yang diteliti:
 - a. Variabel terikat, yakni Kepuasan Pelanggan (Y)
 - b. Variabel bebas, yakni Kualitas Layanan (X1), Persepsi Harga (X2), Kemudahan Penggunaan (X3)

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan terkait “Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga dan Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Pelanggan Go Food di Kota Yogyakarta” dengan menggunakan 109 responden untuk pengujian sampel, dapat disimpulkan hasil penelitian sebagai berikut:

5.1.1 Hasil Analisis Profil Responden

1. Responden pada penelitian ini dominan berada dalam usia <20-25 tahun sebanyak 94 responden (86,2%)
2. Responden pada penelitian ini yang mendominasi merupakan pelajar/mahasiswa sebanyak 77 responden (70,6%)
3. Responden pada penelitian ini dominan memiliki pendapatan <Rp.2.500.000 sebanyak 78 responden (71,6%)
4. Responden pada penelitian ini dominan menempuh pendidikan terakhir pada jenjang SMA/SMK sebanyak 74 responden (67,9%)
5. Responden pada penelitian ini dominan memiliki frekuensi pemakaian 1 kali sebanyak 40 responden (36,7%)

5.1.2 Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil olah data regresi koefisien determinasi, terdapat kesimpulan yakni variabel Kualitas Layanan, Persepsi Harga, dan Kemudahan Penggunaan mampu memberi pengaruh sebesar 57% terhadap

Kepuasan Pelanggan Go Food di Kota Yogyakarta dengan sisa 43% yang merupakan pengaruh variabel tidak diteliti.

5.1.3 Hasil Analisis Uji F

Berdasarkan hasil olah data uji F, terdapat kesimpulan yakni variabel bebas Kualitas Layanan, Persepsi Harga, dan Kemudahan Penggunaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Kepuasan Pelanggan Go Food di Kota Yogyakarta dengan nilai probabilitas $0,000 < 0,05$.

5.1.4 Hasil Analisis Uji t

Berdasarkan hasil olah data uji t, terdapat kesimpulan yakni bahwa variabel Kualitas Layanan (X1) dan Kemudahan Penggunaan (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Go Food di Kota Yogyakarta secara parsial dengan tingkat signifikansi $0.000 < 0.05$. Sedangkan variabel Persepsi Harga (X2) secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Go Food di Kota Yogyakarta dengan tingkat signifikansi $0.088 > 0.05$.

5.2 Keterbatasan

Berdasarkan pengalaman yang dialami langsung oleh peneliti, didapatkan beberapa keterbatasan dalam penelitian yang telah dilakukan, yakni:

1. Responden yang didapatkan dan digunakan hanya sejumlah 109 orang, dan masih dianggap belum cukup untuk menggambarkan realita

2. Hanya menggunakan 3 variabel bebas, sehingga tidak 100% mampu memberi penjelasan perubahan variabel terikat karena masih terdapat banyak variabel bebas yang tidak diteliti
3. Informasi dan data dari responden terkadang tidak menginterpretasikan pendapat responden secara jujur, biasanya karena perbedaan sudut pandang, maupun kurangnya niat untuk mengisi kuisioner dengan sungguh-sungguh

5.3 Saran

Berdasarkan semua penelitian yang telah dilaksanakan, peneliti memberi beberapa saran berikut:

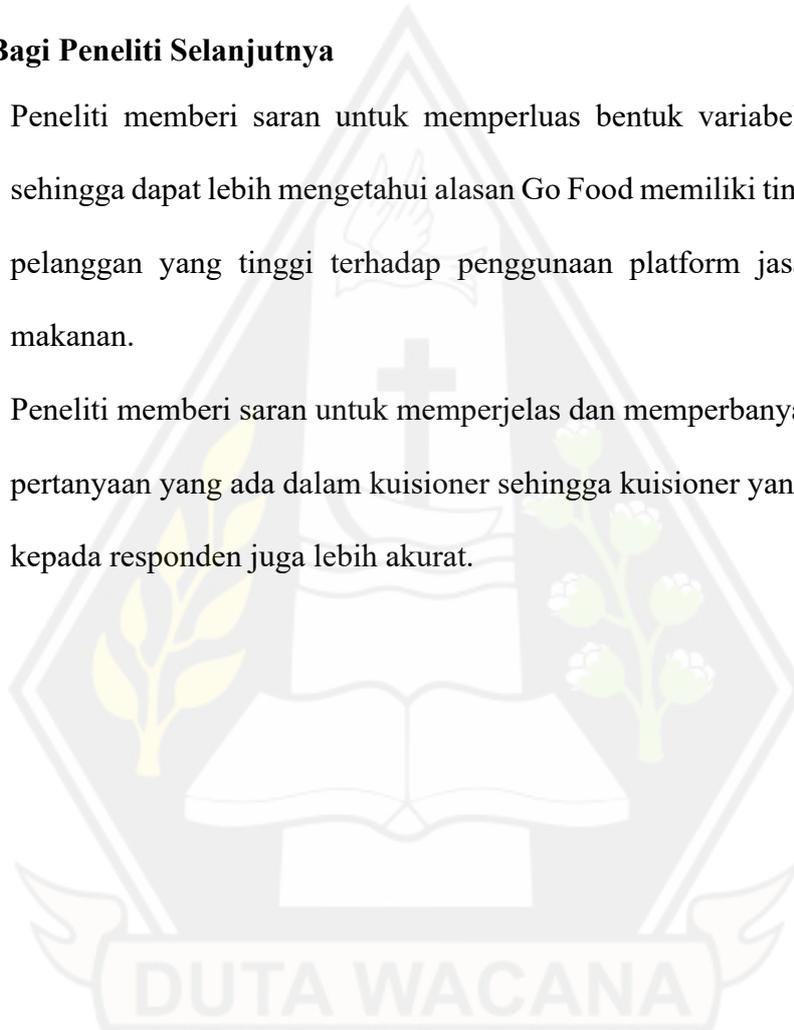
5.3.1 Bagi Perusahaan

1. Kualitas Layanan memberi pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Go Food di Kota Yogyakarta. Oleh karena itu, kualitas layanan yang diberikan Go Food harus dipertahankan dan semakin ditingkatkan dari segi kerapian, kesopanan, kecepatan dan keamanannya sehingga kepuasan pelanggan juga akan terjaga dan kelayakan pelanggan semakin meningkat.
2. Persepsi Harga ongkir tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Go Food di Kota Yogyakarta. Karena responden menganggap harga ongkir tidak sesuai dengan kualitas jasa yang di berikan kepada pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan harus mempertimbangkan ulang harga ongkir yang ditawarkan dan disesuaikan kualitas jasa agar kepuasan pelanggan meningkat sehingga lebih memilih platform Go Food daripada kompetitornya.

3. Kemudahan Penggunaan memberikan pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Go Food di Kota Yogyakarta. Oleh karena itu, jika kemudahan penggunaan yang diberikan Go Food harus semakin ditingkatkan kemudahan dan kepraktisannya sehingga kepuasan pelanggan dan kelayakan juga akan semakin meningkat.

5.3.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Peneliti memberi saran untuk memperluas bentuk variabel yang diteliti sehingga dapat lebih mengetahui alasan Go Food memiliki tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi terhadap penggunaan platform jasa pesan antar makanan.
2. Peneliti memberi saran untuk memperjelas dan memperbanyak detail pertanyaan yang ada dalam kuisisioner sehingga kuisisioner yang dibagikan kepada responden juga lebih akurat.



DAFTAR PUSTAKA

- Alfred, O. (2013). Influences of Price And Quality On Consumer Purchase Of Mobile Phone In The Kumasi Metropolis In Ghana A Comparative Study. *European Journal of Business and Management*, 5(1).
- Aryani, D. & Rosinta, F. (2010). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, 17(2), 114-126.
- Astuti, E. D. & Sintesa, N. (2020). Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Aplikasi Pesan Antar Makanan. *Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi*, 12(2).
- Cocrill, A., Goode, M. M. (2010). Perceived Price And Price Decay In The DVD Marke. *The Journal Of Product And Brand Management*, 19(5).
- Davis, F. (2019). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Technology. *Journal of MIS Quarterly*.
- Fahmi, F. N. (2012). *Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Buku Gramedia Lembuswana di Samarinda. Skripsi*. Samarinda: Fakultas Ekonomi Universitas Mulawarman.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 Edisi 8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayat, M., Mitariani, N. W. E. & Imbayani, I. G. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian

- Pada Pelanggan Alfamart Di Jalan Tangkuban Perahu, Kerobokan Badung. *Jurnal Values*, 1(4).
- Kasinem. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329-33.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2009). *Marketing Management 13th Edition*. United States of America: Pearson.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2013). *Marketing Management Fourteenth edition*. England: Pearson Education Limited.
- Marpaung, B. & Mekaniwati, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(1).
- Muhidin, S. A. & Abdurahman, M. (2017). *Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur Dalam Penelitian Dilengkapi dengan Aplikasi Program SPSS*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Nasution. (2004). *Perceived of Use, Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta: Sanjaya.
- Oktavian, P. B. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Go Food pada Masa Pandemi*. Skripsi. Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Priyatno, D. (2008). *Mandiri Belajar SPSS*. Yogyakarta: Mediakom
- Purwohandoko., Sanaji., & Mustofa, A. (2015). The Successful Implementation of EBudgeting In Public University: A Study at Individual Level. *Journal of Advances in Information Technology*, 6(3).

- Puspitasari, R. & Aprileny, I. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Minat Beli Ulang. *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 4(1).
- Putri, I. K. E. (2021). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi dan Promosi Penjualan terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek*. Skripsi. Riau: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.
- Rakhmawati, A. (2019). *Analisis Pengaruh Penggunaan Aplikasi Go Food Terhadap Pendapatan Rumah Makan*. Skripsi. Yogyakarta: FE UII YOGYAKARTA
- Riyadin. (2019.) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Keluarga Berencana Di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur (Studi Kasus Pada Desa Pekalongan). *Jurnal Simplex*, 2(1).
- Siregar, S. (2016). *Statistika Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyawati, N. M. A. & Seminari, N. K. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(8).
- Suriyanto, K. N. & Istriani, E. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Grab-Cardi Yogyakarta. *Prosiding SENDI_U*.
- Tjiptono, D. (2002). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Tjiptono, F. (2002). *Strategi Pemasaran Edisi Kedua*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.

- Tjiptono, F. & Gregorius, C. (2011). *Service Quality Satisfaction*. Yogyakarta: Andy.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Gramedia Cawang.
- Umar, H. (1997). *Metode Penelitian Aplikasi dalam Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Vennessa, I., & Arifin Z. (2017). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013/2014 dan 2014/2015*. Yogyakarta: Penerbit Liberty.
- Widyayanti, E. R., & Insiatiningsih, I. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Online Dengan Aplikasi Gojek Fitur Go Food Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Kuliner Di Yogyakarta. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*, 8(1), 80–95. <https://doi.org/10.32477/jrm.v8i1.249>
- Wijiastuti, R. D. & Cantika, N. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Jasa Go Food Di Kota Sorong. *Kalianda Halok Gagas*, 4(1).
- Winayu, N.Y. (2013). *Pengaruh Kepercayaan Perceived Ease of Use dan Percived Usefulness terhadap Minat Menggunakan E- Commerce Forum Jual Beli Kaskus*. Skripsi. UNY. Yogyakarta.