

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM  
MENGUNAKAN LAYANAN JASA  
GO-FOOD DI PALEMBANG**



**TESIS OLEH :**

**SINTIA SISKA SARI**

**01012682226042**

**MANAJEMEN PEMASARAN**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar  
Magister Manajemen*

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
2024**

## LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

### PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN LAYANAN JASA GO-FOOD DI PALEMBANG

Disusun oleh:

Nama : Sintia Siska Sari  
NIM : 01012682226042  
Program Studi : Magister Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui untuk digunakan sebagai syarat pengajuan SK Penguji Komprehensif

Tanggal Persetujuan

Dosen Pembimbing

Pembimbing I



Tanggal : 10 Juli 2024

Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.M., Ak  
NIP 197512252015041001

Pembimbing II

  
Muchsin

Tanggal : 16 Juli 2024

H. Muchsin Saggaff Shihab, M.B.A., Ph.D  
NIP 0417086002

## LEMBAR PERSETUJUAN TESIS

### PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN LAYANAN JASA GO- FOOD DI PALEMBANG

Disusun oleh:

Nama : Sintia Siska Sari  
NIM : 01012682226042  
Program Studi : Magister Manajemen  
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 02 Agustus 2024 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif  
Palembang, 02 Agustus 2024



Ketua

Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.M., Ak  
NIP 197512252015041001

Anggota,

H. Muchsin Saggaff Shihab, M.B.A., Ph.D  
NIP 197512252015041001

Anggota,

Dr. Zakaria Wahab, M.B.A  
NIP 0417086002

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Magister Manajemen

Hj. Marlina Widiyanti, S.E., S.H., M.M., M.H., Ph.D  
NIP 196703141993032001

## SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sintia Siska Sari  
NIM : 01012682226042  
Fakultas : Ekonomi  
Program Studi : Magister Manajemen  
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tesis yang berjudul :

**Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Layanan Jasa Go-Food Di Palembang**

Pembimbing I : Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.M., Ak

Pembimbing II : H. Muchsin Saggaff Shihab, M.B.A., Ph.D

Tanggal Ujian : 02 Agustus 2024

Adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam tesis ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan apabila pernyataan saya ini tidak benar dikemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaaan.

Palembang, 02 Agustus 2024  
at pernyataan



Sintia Siska Sari  
NIM 01012682226042

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO :

“Allah tidak mengatakan hidup ini mudah. Tetapi dua kali Allah mengulangi, bahwa sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah : 5 – 6)

*“One day i’m gonna sit down and congratulate myself. Smile and say it was hard, but I made it.”*

*“Gonna fight and don’t stop, until you’re proud”*

“Entah dapat merubah nasib atau hanya sekedar mendapat pengalaman, setidaknya saya bangga berani mencobanya di usia muda” – Sintia Siska Sari, S.M., M.M

### PERSEMBAHAN :

“Tesis ini saya dedikasikan dengan penuh rasa hormat dan kasih sayang kepada kedua orang tua tercinta, saudara dan saudariku, serta kepada bapak dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan juga ilmu yang berharga. Terima kasih juga kepada sahabat dan teman-teman seperjuangan yang tak henti-hentinya memberikan motivasi, dukungan, dan doa. Dan tak lupa, kepada almamater kuning tercinta, Universitas Sriwijaya, yang telah menjadi tempat kami menimba ilmu dan berkarya.”

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian tesis ini yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Layanan Jasa Go-Food di Palembang”. Tesis ini guna memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih gelar Magister Manajemen Program Strata Dua (S2) Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Tesis ini membahas mengenai bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Serta hasil penelitian diharapkan dapat menjadi masukan serta evaluasi menyeluruh terhadap kualitas pelayanan dengan meningkatkan estimasi waktu pengiriman, manajemen logistik, dan komunikasi dengan konsumen. Selain itu, Go-Food juga sebaiknya lebih aktif dalam menawarkan promosi, diskon, dan voucher untuk mengevaluasi dan menyesuaikan harga yang ditetapkan guna meningkatkan daya tarik pasar dan kepuasan pelanggan

Dalam penulisan dan penelitian tesis ini tidak luput dari berbagai kesalahan, kekurangan, dan kekeliruan yang tidak dapat dihindari. Koreksi dan saran dari dosen pembimbing dan penguji telah menjadi landasan penting untuk perbaikan dan penyempurnaan tesis ini. Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan informasi yang bermanfaat dan dapat menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya.

Palembang, 02 Agustus 2024



Sintia Siska Sari

## UCAPAN TERIMA KASIH

Selama penelitian dan penyusunan tesis ini, penulis tidak luput dari berbagai kendala. Kendala tersebut dapat diatasi berkat bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. **Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.M.** selaku Dosen Pembimbing I. Terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala bantuan Bapak yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pemikiran untuk membimbing serta memberikan arahan dan dukungan berharga dalam penyusunan tesis ini.
2. **H. Muchsin Saggaf Shihab., M.B.A, Ph.D.** selaku Dosen Pembimbing II. Terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala bantuan Bapak yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pemikiran untuk membimbing serta memberikan arahan dan dukungan berharga dalam penyusunan tesis ini.
3. **Dr. Zakaria Wahab, M.B.A** selaku dosen penguji. Terima kasih banyak atas bantuan Bapak dalam proses ujian yang dilaksanakan dan telah memberikan arahan, kritik, serta saran yang membangun dalam penyelesaian tesis ini.
4. **Hj. Marlina Widiyanti, S.E., S.H., M.M., M.H., Ph.D.** selaku Koordinator Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
5. **Bapak/Ibu Dosen Pengajar Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.** Terima kasih yang sebesar-besarnya atas waktu, ilmu, dan pengetahuan berharga yang telah Bapak/Ibu berikan selama masa perkuliahan. Kontribusi Bapak/Ibu sangat berperan dalam menyelesaikan pendidikan ini dengan baik dan mencapai pencapaian akademik ini.
6. **Orang tua tercinta, Ayah (Mohd. Sanusi Zen, S.H) dan Mama (Marleni), serta saudara-saudari ku.** Terima kasih yang tak terhingga atas doa, semangat, dan dukungan tanpa henti selama saya menempuh pendidikan di Magister Manajemen Universitas Sriwijaya. Keberhasilan ini tidak lepas dari kasih sayang dan dorongan penuh yang telah kalian berikan.

7. **Prof. Dr. Mohamad Adam, S.E., M.E.** selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
8. **Prof. Dr. Taufiq Marwa, S.E., M.Si** selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
9. **Dr. Kemas M. Husni Thamrin, S.E., M.M** selaku dosen pembimbing akademik selama masa perkuliahan di Magister Manajemen Universitas Sriwijaya.
10. **Dr. Muhammad Ichsan Hadjri, S.T., M.M.** selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
11. **Seluruh Admin Jurusan dan Staff Tata Usaha Magister Manajemen Unsri.** Terima kasih banyak atas segala bantuan dan informasi yang telah diberikan.
12. **Seluruh teman-teman angkatan 53 Reguler B Magister Manajemen.** Terima kasih atas pengalaman, persahabatan, kerjasama, dan motivasi selama perkuliahan. Saya bersyukur bisa mengenal kalian dan mendapatkan pengalaman berharga bersama.
13. **Sahabat-sahabatku tercinta.** Terima kasih selalu menemani dan merayakan setiap langkah perjalanan ini, dari awal hingga akhir selalu memberikan dukungan dan selalu meyakinkan saya untuk bisa melaluinya.
14. Terakhir, saya mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri atas kerja keras, dedikasi, dan ketekunan yang telah diberikan sepanjang proses yang tidak mudah ini. Semoga pencapaian ini menjadi awal dari perjalanan yang lebih baik dan sukses di masa depan serta dapat berguna bagi banyak orang.

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan berkah dan rahmat-Nya kepada kita semua. Aamiin Ya Rabbal Alamin.

Palembang, 02 Agustus 2024



Sintia Siska Sari



## ABSTRAK

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Layanan Jasa Go-Food di Palembang**

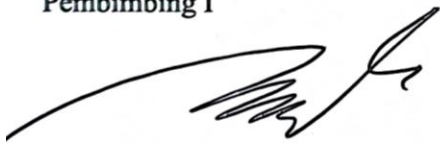
Oleh :

**Sintia Siska Sari ; Ahmad Maulana ; Muchsin Saggaff Shihab ; Zakaria Wahab**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan layanan jasa Go-Food di Palembang. Populasi dalam penelitian ini adalah generasi Z dan milenial berusia 17 - 40 tahun, berdomisili di Kota Palembang dan telah menggunakan layanan Go-Food minimal 5 kali dalam 3 bulan terakhir. Berdasarkan perhitungan sampel, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 240 responden. Hasil dari analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan diharapkan Go-Food dapat melakukan evaluasi menyeluruh terhadap proses pengirimannya seperti peningkatan dalam estimasi waktu pengiriman yang lebih akurat, peningkatan dalam manajemen logistik dan pengiriman, serta komunikasi yang lebih baik dengan konsumen terkait status pesanan. Pada harga diharapkan Go-Food dapat mengevaluasi harga yang telah ditetapkannya seperti lebih aktif dalam menawarkan promosi, diskon, atau voucher kepada pengguna.

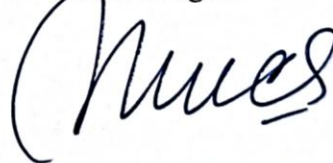
**Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Kepuasan Pelanggan**

Pembimbing I



Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.M., Ak  
NIP 197512252015041001

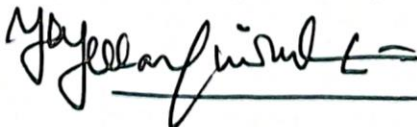
Pembimbing II



H. Muchsin Saggaff Shihab, M.B.A. Ph.  
NIP 0417086002

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Magister Manajemen



Hj. Marlina Widiyanti, S.E., S.H., M.M., M.H., Ph.D  
NIP 196703141993032001

**ABSTRACT**

***The Influence of Service Quality and Price Perception on Customer Satisfaction in Using Go-Food Services in Palembang***

**By :**

**Sintia Siska Sari ; Ahmad Maulana ; Muchsin Saggaff Shihab ; Zakaria Wahab**

*This research was conducted to determine the influence of service quality and price perception on customer satisfaction in using Go-Food services in Palembang. The population in this study is generation Z and millennials aged 17 - 40 years, domiciled in Palembang City and have used Go-Food services at least 5 times in the last 3 months. Based on sample calculations, the sample used in this research was 240 respondents. The results of multiple linear regression analysis show that service quality and price perception have a positive and significant effect on customer satisfaction. Go-Food Quality is expected to be able to carry out a comprehensive evaluation of its delivery process, such as improvements in more accurate delivery time estimates, improvements in logistics and delivery management services, as well as better communication with consumers regarding order status. In terms of prices, it is hoped that Go-Food can launch the prices it has set, such as being more active in offering promotions, discounts or vouchers to users.*

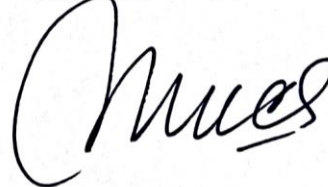
**Keywords: Service Quality, Price Perception, Customer Satisfaction**

Chairman



Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.M., Ak  
NIP 197512252015041001

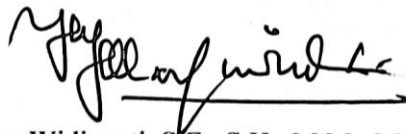
Member



H. Muchsin Saggaff Shihab, M.B.A., Ph.D  
NIP 0417086002

Known by

Coordinator of the Master of Management Study Program



Hj. Marlina Widiyanti, S.E., S.H., M.M., M.H., Ph.D  
NIP 196703141993032001

## SURAT PERNYATAAN ABSTRAK

Kami dosen pembimbing Tesis menyatakan bahwa abstrak tesis dari mahasiswa:

Nama : Sintia Siska Sari  
NIM : 01012682226042  
Fakultas : Ekonomi  
Program Studi : Magister Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Layanan Jasa Go-Food di Palembang

Telah kami periksa cara penulisannya, dan kami setuju untuk ditempatkan pada lembar abstrak.

Ketua



Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.M., Ak  
NIP 197512252015041001

Anggota



H. Muchsin Saggaff Shihab, M.B.A., Ph.D  
NIP 0417086002

## **RIWAYAT HIDUP**

Nama : Sintia Siska Sari  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat, Tanggal Lahir : Palembang, 17 Oktober 2000  
Agama : Islam  
Status : Belum Menikah  
Alamat : Perumda Blok A1 No 1 Km 7, Palembang  
Email : sintiass17@gmail.com

### **Riwayat Pendidikan**

- Madrasah Ibtidaiyah Negeri 2 Palembang (2006-2012)
- SMP Negeri 33 Palembang (2012-2015)
- SMA Negeri 11 Palembang (2015-2018)
- S1 – Manajemen, Universitas Muhammadiyah Palembang (2018-2022)

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN TESIS .....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>UCAPAN TERIMAKASIH .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>x</b>
<b>SURAT PERNYATAAN ABSTRAK .....</b>	<b>xi</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian .....	13
1.4 Manfaat Penelitian .....	13
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	13

1.4.2 Manfaat Praktis .....	14
<b>BAB II STUDI KEPUSTAKAAN.....</b>	<b>15</b>
2.1 Landasan Teori .....	15
2.1.1 Kepuasan Pelanggan .....	15
a) Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	15
b) Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan .....	16
c) Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	17
2.1.2 Kualitas Pelayanan.....	19
a) Pengertian Kualitas Pelayanan.....	19
b) Dimensi Kualitas Pelayanan .....	19
2.1.3 Persepsi Harga.....	21
a) Pengertian Persepsi Harga .....	19
b) Dimensi Persepsi Harga.....	23
2.2 Penelitian terdahulu .....	26
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian .....	30
2.4 Hipotesis Penelitian.....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>34</b>
3.1 Rancangan Penelitian .....	34
3.2 Definisi Operasional Variabel .....	34
3.3 Jenis Dan Sumber Data .....	37
3.3.1 Jenis Data.....	37
3.3.2 Sumber Data .....	38
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian.....	38
3.4.1 Populasi Penelitian.....	38
3.4.2 Sampel Penelitian .....	38
3.4.3 Teknik Sampling.....	39
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	39
3.6 Uji Instrumen Penelitian.....	39

3.6.1 Uji Validitas .....	39
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	40
3.7 Analisis Data Penelitian .....	40
3.7.1 Uji Asumsi Klasik.....	40
3.7.2 Analisis Regresi Linear Berganda .....	42
3.7.3 Koefisien Korelasi (r) dan Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	42
3.8 Uji Hipotesis.....	43
3.8.1 Uji Keseusain Model Uji F .....	43
3.8.2 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t) .....	43
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>44</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	44
4.1.1 Sejarah Gojek Indonesia.....	44
4.1.2 Visi dan Misi .....	45
4.1.3 Tentang Layanan Go-Food.....	46
4.2 Hasil Uji Instrumen Penelitian .....	46
4.2.1 Hasil Uji Validitas .....	47
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	48
4.3 Gambaran Profil Responden Penelitian.....	49
4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian.....	50
4.4.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan (X1) .....	51
4.4.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Harga (X2) .....	53
4.4.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	55
4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	58
4.5.1 Hasil Uji Normalitas.....	58
4.5.2 Hasil Uji Multikolinieritas.....	60
4.5.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	60
4.6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	61
4.7 Hasil Uji Koefisien Korelasi (r) dan Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	62
4.8 Uji Hipotesis .....	63

4.8.1 Hasil Uji Kesesuaian Model (Uji F).....	63
4.8.2 Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t).....	64
4.9 Pembahasan Hasil Penelitian.....	65
4.9.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Layanan Jasa Go-Food di Palembang.....	65
4.9.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Layanan Jasa Go-Food di Palembang.....	68
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>72</b>
5.1 Kesimpulan .....	72
5.2 Saran.....	72
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	76
5.4 Implikasi Penelitian.....	77
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>81</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>87</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Rincian Transaksi Gofood, Grabfood, dan Shopeefood Tahun 2022 dan 2023 di Indonesia.....	5
Tabel 1.2 Pra-Survei Keluhan Pengguna Go-Food.....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	26
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	35
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas.....	47
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	48
Tabel 4.3 Profil Responden Penelitian.....	49
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Pada Variabel Kualitas Pelayanan.....	51
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Pada Variabel Persepsi Harga .....	54
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Pada Variabel Kepuasan Pelanggan .....	56
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas .....	59
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas .....	60
Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	61
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Korelasi (r) dan Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	62
Tabel 4.11 Hasil Uji Kesesuaian Model (Uji F) .....	63
Tabel 4.12 Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t) .....	64

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian .....	30
Gambar 4.1 Grafik Histogram.....	58
Gambar 4.2 Normal Probability Plot .....	59
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	61

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	87
Lampiran 2. Profil Responden Penelitian .....	91
Lampiran 3. Hasil Tanggapan Responden Penelitian .....	96
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	109
Lampiran 5. Hasil Analisis Penelitian.....	113

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Kepuasan pelanggan sangat penting karena meningkatkan rasa puas yang mendorong mereka untuk kembali menggunakan produk atau jasa tersebut dan merekomendasikannya kepada orang lain (Lupiyoadi, 2014). Jika harapan terpenuhi maka kepuasan pelanggan tercapai. Beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan meliputi kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, faktor emosional, biaya, dan kemudahan (Lupiyoadi, 2014).

Kualitas pelayanan adalah faktor utama yang harus diperhatikan perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Pelayanan yang baik dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas cenderung mengevaluasi kualitas layanan yang mereka terima dan menentukan apakah layanan tersebut memenuhi harapan mereka atau tidak (Parasuraman et.al, 1988). Kualitas pelayanan adalah elemen utama dalam strategi pemasaran jasa dan krusial untuk kesuksesan perusahaan. Pelayanan yang memuaskan dapat meningkatkan kepuasan konsumen, yang akan membandingkan pengalaman mereka dengan yang lain. Ketika konsumen merasa puas, mereka cenderung melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain. Oleh karena itu, perusahaan harus memastikan bahwa mereka memenuhi atau bahkan melebihi

harapan pelanggan untuk memastikan produk mereka tetap dipilih dan digunakan. Hal ini sangat penting untuk keberlangsungan perusahaan di masa depan.

Selain kualitas pelayanan, persepsi harga juga merupakan faktor penting dalam menarik perhatian pelanggan. Harga yang kompetitif dan sesuai dengan segmen pasar yang dituju dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menjaga nilai dan kualitas yang diharapkan tetap terjaga. (Kotler & Keller, 2019). Persepsi mempunyai pengaruh yang kuat bagi konsumen. Persepsi harga adalah kecenderungan konsumen untuk menggunakan harga sebagai dasar dalam menilai manfaat produk. Penilaian mengenai apakah suatu harga dianggap mahal, murah, atau wajar dapat bervariasi antar individu, tergantung pada persepsi mereka yang dipengaruhi oleh lingkungan dan kondisi pribadi. Dengan kata lain, penilaian harga produk tidak hanya bergantung pada nilai nominalnya, tetapi juga pada persepsi individu terhadap harga tersebut. Oleh karena itu, perusahaan perlu menetapkan harga dengan tepat untuk berhasil dalam pemasaran barang atau jasa (Septiani, 2020).

Pada awal tahun 2015, aplikasi Gojek diluncurkan sebagai layanan berbasis aplikasi di handphone. Gojek memperkenalkan inovasi dengan memanfaatkan handphone untuk menawarkan berbagai layanan melalui aplikasi, termasuk transportasi orang dan barang, pengantaran makanan, pijat, pindahan rumah, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, obat-obatan, dan layanan lainnya. Saat ini, Gojek telah berkembang pesat dengan lebih dari 20

layanan, 38 juta pengguna aktif bulanan, 20 juta mitra driver, dan 900 ribu mitra merchant (Gojek, 2021).

Pemanfaatan handphone yang telah menjadi kebutuhan utama di era teknologi diharapkan dapat mempermudah akses ke berbagai layanan, dengan harapan meningkatkan kepuasan konsumen. Adanya teknologi yang mempermudah pemenuhan kebutuhan, terutama dalam bisnis jasa, memungkinkan pertumbuhan yang pesat seiring dengan kemajuan teknologi yang semakin mendukung kemudahan operasional. Gojek hadir sebagai perusahaan jasa berbasis aplikasi teknologi, yang mempermudah konsumen dalam mendapatkan layanan melalui gadget mereka termasuk memesan makanan secara online.

Dalam beberapa tahun terakhir, *Online Food Delivery* (OFD) telah menjadi bagian integral dari gaya hidup modern konsumen. Sektor OFD yang sedang berkembang telah menarik banyak pemain yang bersaing sengit untuk mendapatkan bagian di pasar yang menguntungkan (Pillai et al., 2022). Sebagian besar konsumen memanfaatkan layanan OFD untuk meningkatkan produktivitas, mengeksplor tren kuliner terkini, dan bersosialisasi (katadata.id, 2022). Mayoritas pengguna layanan berasal dari Generasi Z 43%, sedangkan 39% berasal dari Generasi Milenial. (kompas.com, 2022). Generasi muda, khususnya Generasi Z, menunjukkan preferensi yang kuat dalam menggunakan layanan pengiriman makanan. Trend ini sejalan dengan meningkatnya penggunaan *platform online* untuk pengiriman makanan (Nguyen, 2019). Studi menunjukkan bahwa kaum muda secara dominan menggunakan layanan ini, sering kali memesan makanan seminggu sekali atau bahkan setiap hari, dengan lebih suka pada makanan ringan (Banerjee, 2019).

Laporan *Momentum Works* menunjukkan bahwa pada tahun 2023, Indonesia menjadi pasar terbesar untuk layanan pesan-antar makanan daring (*online food delivery*) di Asia Tenggara. Dengan asumsi kurs Rp15.680/US\$, nilai transaksi bruto (*gross merchant value/GMV*) untuk layanan tersebut di Indonesia mencapai US\$4,6 miliar. (databoks.id, 2024).

Salah satu aplikasi yang banyak digunakan masyarakat untuk memesan makanan secara online saat ini adalah GoFood. Go-Food kini sangat diminati oleh banyak masyarakat karena gaya hidup yang cenderung praktis, fleksibel,

dan efisien (Sianipar, 2023). Pada tahun 2015, Gojek meluncurkan fitur Go-Food di Indonesia untuk mempermudah pelanggan dalam memesan makanan dari restoran terdekat (Sianipar, 2023). Pada tahun 2023, Gojek berada di posisi teratas dengan rata-rata 957 ribu unduhan per bulan dari pengguna smartphone di Indonesia. Namun, angka ini mengalami penurunan sebesar 29% dibandingkan dengan rata-rata sebelumnya 1,35 juta unduhan per bulan pada tahun 2022. Unduhan pada tahun 2023 merupakan yang terendah sepanjang periode 2020–2023 (katadata.co.id, 2024). Laporan kinerja GoTo Gojek Tokopedia menunjukkan bahwa layanan on-demand seperti Go-Ride, Go-Car, dan Go-Food mengalami penurunan pendapatan dari Rp 3,13 triliun pada kuartal pertama tahun ini menjadi Rp 2,9 triliun dari Januari hingga Maret tahun ini. Sementara itu, transaksi Shopee-Food dan Grab-Food meningkat di Indonesia pada tahun 2023 dibandingkan 2022, sementara pemesanan Go-Food mengalami penurunan. Berikut adalah data rincian transaksi Go-Food, GrabFood, dan ShopeeFood tahun 2022 dan 2023 di Indonesia:

**Tabel 1.1 Rincian Transaksi Go-Food, Grab-Food, dan Shopee-Food Tahun 2022 dan 2023 Di Indonesia**

Layanan	2022		2023	
	Porsi	Nilai	Porsi	Nilai
GrabFood	49%	US\$ 2,2 miliar	50%	US\$ 2,3 miliar
Go-Food	44%	US\$1,98 miliar	38%	US\$ 1,75 miliar



ShopeeFood	7%	US\$ 315	12%	US\$ 552
		juta		juta

Sumber : (Databoks.katadata.co.id, 2024)

Pada tahun 2023, GrabFood menjadi penyedia layanan pengiriman makanan online terbesar di Indonesia dengan menguasai 50% pangsa pasar. Go-Food menyumbang 38%, sementara ShopeeFood memiliki pangsa pasar sebesar 12%. Transaksi GrabFood dan ShopeeFood pada tahun 2023 naik dibandingkan tahun 2022 di Indonesia. Sedangkan, pemesanan Go-Food pada tahun 2023 mengalami penurunan menjadi 38%, dibandingkan tahun sebelumnya yaitu 44% (databoks.katadata.co.id, 2024).

Saat ini persaingan antar layanan pesan antar makanan cukup sengit, yang menyebabkan penurunan jumlah pengguna layanan Go-Food. Perubahan ini menimbulkan persaingan yang sengit, menjadikannya sebagai peluang sekaligus tantangan bagi perusahaan (Kartono dan Tjahjadi, 2021). Menurut "Survei Persepsi dan Perilaku Konsumsi Online Food Delivery di Indonesia" yang dilakukan Tenggara Strategics pada tahun 2022, 41% pelanggan menggunakan lebih dari dua aplikasi pesan-antar makanan di smartphone mereka. Saat ini, aplikasi seperti Go-Food, Grab-Food, dan Shopee-Food terlibat dalam persaingan yang ketat di industri layanan pesan-antar makanan. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga platform digital tersebut saat ini bersaing ketat dalam industri layanan pesan-antar makanan. Untuk mendukung penelitian, penulis melakukan pra-survei kepada 30 responden untuk

mengetahui keluhan/kendala pengguna Go-Food seperti terlihat pada Tabel 1.2 berikut:

**Tabel 1.2 Pra-Survei Keluhan Pengguna Go-Food**

No	Pernyataan			
	Kualitas Pelayanan	Jumlah Responden	Persepsi Harga	Jumlah Responden
1	Pengiriman pesanan terlambat dan makanan tiba dalam kondisi dingin.	4	Banyaknya biaya tambahan pada aplikasi.	4
2	Lamanya waktu mendapatkan <i>driver</i>	3	Potongan harga atau <i>voucher discount</i> sedikit.	3
3	Pesanan dibatalkan secara tiba-tiba tanpa konfirmasi terlebih dahulu.	2	Ongkos kirim yang tidak sesuai dengan jarak antar.	4
4	Kurangnya responsivitas <i>customer service</i> dalam menanggapi keluhan pelanggan.	3	Terdapat Perbedaan harga antara restoran yang sama pada platform lainnya.	2
5	Makanan terkadang tidak sesuai/salah dengan yang dipesan.	2	Harga yang tertera di aplikasi tidak konsisten.	3
<b>Total</b>		14		16

Sumber: Hasil Pra Survei, 2024.

Berdasarkan hasil pra survei tersebut, terdapat beberapa pernyataan mengenai keluhan beberapa responden terhadap pengalamannya dalam menggunakan layanan GoFood, yang mana tidak sedikit pengguna yang merasa tidak puas dengan layanan dan juga harga yang ditawarkan oleh GoFood. Kualitas layanan pada Go-Food masih kurang memuaskan konsumen karena dalam proses pencarian driver GoFood saat pesanan membutuhkan

waktu yang lama dan pesanan produk diterima oleh konsumen tidak sesuai dengan estimasi pengiriman yang tertera di aplikasi (Suryaningsih, 2019).

Go-Food juga mengenakan banyak biaya seperti biaya layanan, biaya aplikasi, biaya penanganan, dll yang terkadang membuat harga pesanan menjadi cukup mahal jika dibandingkan dengan memesan langsung di tempat. Selain hasil pra-survei diatas, ketidakpuasan dan keluhan ini juga ditunjukkan oleh rating rendah dan ulasan yang diberikan oleh pengguna pada aplikasi Gojek di Playstore, banyak pengguna memberikan rating bintang 2 bahkan bintang 1 berdasarkan pengalaman mereka. Berdasarkan ulasan pengguna Go-Food di Playstore, banyak pengguna mengeluhkan kualitas layanan yang diberikan, sebagai berikut:

*“Agak kecewa dengan fitur go-food saya pesan makan nunggu 1 jam lebih karena di sistem nya di blg pesanan telat maka harus menunggu 38-40 tapi setelah 1 jam lebih pesanan tiba-tiba di cancel karena gagal dapat driver, saya mengulang pemesanan sampai 3x hasilnya tetap sama, al hasil waktu saya terbuang sekitar 3 jam 30 menit, mohon gojek untuk memperbaiki sistem go-food.”* Chandra Wijaya pada laman Google Review Gojek Februari 2024.

*“Pelayanan makin lama makin jelek. Pesan go-food jarak 2 km. Tanpa antrian bisa hampir 1 jam kurang lebih. Apa karena paka voucher discount? Jika iya. Mending gak usah ngasi customer discount.. mengecewakan banget.. sudah berulang ulang.”* Vina pada laman Google Review Gojek Februari 2024.

*“Kecewa sama pelayanan Gofood, jadi tercancel otomatis karena ga ada driver yang ambil.”* Mita Dwi pada laman Google Review Gojek Februari 2024.

*“Makin lama kok makin jelek pelayanannya, pesan makanan lama banget ngga sesuai estimasi. Estimasinya ngaur, ngga berubah-ubah 16-26 menit gitu terus. Kasi rating 2 pun rasanya dah berat hati kenanya.”* Sisca Cholid pada laman Google Review Gojek Maret 2024.

Beberapa ulasan juga menyatakan ketidakpuasan terhadap harga yang dibayarkan oleh pengguna GoFood dibandingkan dengan harapan yang diinginkan atau didapatkan, sebagai berikut:

*“Saya biasanya pesan makan di restoran saya yang sudah langganan tetiba malam ini di app nya ongkir jadi 3x lipat dan di atur dengan jarak lebih jauh dari restoran ke tempat paling jauh dari pada lokasi saya malah makin murah.”* Desy Mayasari pada laman Google Review Gojek Maret 2024.

*“Makin lama makin banyak biaya yang tidak masuk akal, dari biaya peningkatan aplikasi, biaya minimal pembelian yang ga masuk akal agar dapat promo, dan ada biaya penanganan yang hampir sama dengan harga makanan yang saya pesan.”* Risqy pada laman Google Review Gojek Februari 2024.

*“Biaya GoFood sekarang terasa semakin mahal. Selain itu, ada biaya layanan tambahan yang tidak ada sebelumnya. Dulu saya sering menggunakan GoFood, tetapi sekarang saya pikir dua kali sebelum memesan,*

*bahkan seringkali batal karena ongkir dan biaya yang terlalu tinggi. Sekarang saya hanya memesan GoFood jika benar-benar terpaksa. Ongkir dan biaya layanan yang terus meningkat membuat saya merasa tekor jika terlalu sering memesan.”* Khoirul Alam pada laman Google Review Gojek Juni 2024.

*“Jujur menurut saya aplikasi Go-jek makin kesini makin berat biayanya mahal. Apalagi kalau mau pesan go food ongkirnya ngeri”* Zulfadhli Fayruz pada laman Google Review Gojek Juni 2024.

*“Maaf kasih bintang 3, terutama dimenu gofood nya. 1. Harga makanan yang dicantumkan UP nya tinggi dengan harga di resto. 2. Untuk biaya penanganan makanan juga terlalu berlebihan biasa hampir sama dengan biaya kirim. 3. Rute di maps antara titik resto dan antar sering muter terlalu jauh akibatnya jarak semakin bertambah.”* Andre yuda pada laman Google Review Gojek Maret 2024.

*“Makin lama pengiriman makin lambat dan ongkir makin mahal, gak sesuai dengan layanan, mending kayak lama lagi, ongkir standar dan langsung di jemput, ini order resto siap saji, pake nunggu 30 menit baru di jemput, alasan makanan lagi di buat, padahal makanan ready, pindah ke grab aja lah kalau gak ada perubahan.”* Hakim pada laman Google Review Gojek Maret 2024.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu, terdapat beberapa hasil penelitian yang menyebutkan bahwa kualitas pelayanan dan persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Namun ditemukan juga beberapa

hasil penelitian yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan persepsi harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu perlu untuk diteliti.

Penelitian terdahulu yang meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang diteliti oleh (Resista, 2022); (Az'zahra, 2021); (Solikha, 2020); (Syahrul Haqi, 2020); (Danang, 2023) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian yang berbeda oleh (Zaky et.al, 2022); (Ariyani, 2022); (Ariyandi, 2020); (Mahendri, 2021); menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah persepsi harga. Hasil penelitian yang diteliti oleh (Hadita, 2024); (Rasjid, 2022); (Muldani, 2024); (Rezki, 2019); (Nurjamad et.al, 2023); (Wulandari, 2021); menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian yang berbeda oleh (Maulana Arief, 2024); (Syahrul Haqi, 2020); (Sumanawati, 2022); (Wahid, 2024); (Tetuko Nurachman, 2022) menyatakan bahwa persepsi harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan layanan jasa Go-Food di Palembang. Hal ini ditunjukkan dari temuan-temuan mengenai adanya

perbedaan pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan.

Pada penelitian ini akan dilakukan pengujian lebih lanjut terhadap temuan-temuan empiris sebagai variabel independen dan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan rumusan masalah, mendorong peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Layanan Jasa Go-Food Di Palembang”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah di jelaskan di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan layanan jasa Go-Food di Palembang?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan layanan jasa Go-Food di Palembang?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan layanan jasa Go-Food di Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan layanan jasa Go-Food di Palembang.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi, menambah wawasan maupun pengetahuan di bidang manajemen pemasaran serta dapat menjadi sumber referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya khususnya tentang pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga



terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan layanan jasa Go-Food di Palembang.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar yang berguna bagi manajemen PT GoTo Gojek Tokopedia dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih tepat. Temuan dari penelitian ini dapat membantu perusahaan dalam mengevaluasi pendekatan saat ini, mengidentifikasi peluang perbaikan, dan mengoptimalkan strategi untuk meningkatkan daya tarik pasar serta kepuasan pelanggan secara keseluruhan terutama mengenai kualitas pelayanan dan persepsi harga.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi, M. F. T., Sutopo, S., & Noviandari, I. (2021). Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Layanan Gofood Gojek Dikawasan Rungkut Surabaya (Studi Kasus Konsumen Gofood Gojek Dikawasan Rungkut Surabaya). *UBHARA Management Journal*, 1(2), 293-300.
- Aeny, N., Eksan, M., & Tanjung, A. (2019). The effect of service price and quality on customer satisfaction online transportation services. *Journal of Research in Business, Economics, and Education*, 1(1).
- Akbar, Try Oktora. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood Di Layanan Aplikasi Grab Di Kota Bandung." *Brainy: Jurnal Riset Mahasiswa* (2023): n. pag.
- Ali, Bayad Jamal, et al. "Hotel service quality: The impact of service quality on customer satisfaction in hospitality." *International Journal of Engineering, Business and Management* 5.3 (2021): 14-28.
- Andriani, V., & Astuti, M. (2022). The Influence of Trust, Price, and Service Quality on Online Ojek Service Consumer Satisfaction in Sidoarjo Regency. *Indonesian Journal of Law and Economics Review*, 17, 10-21070.
- Anisa, S.T., et.al. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan go-jek millennial salatiga. *Juremi: jurnal riset ekonomi*.
- Anugrah, g. R. D. (2019). Pengaruh persepsi harga, citra merek, dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan layanan pesan antar makanan gofood (*doctoral dissertation*, universitas mercu buana jakarta).
- Ardansyah, A., & Seprianty, S. (2024). The Influence Of Promotion, Service Quality And Trust On Go Food Customer Satisfaction In Bandar Lampung City. *International Journal of Economics, Business and Innovation Research*, 3(03), 305-324.
- Arifin, R., & Rachmadi, K. R. (2021). Analisis E-Service Quality, Harga dan E-Promotion Terhadap E-Customer Satisfaction. *Inkubis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(2), 133-151.
- Ariyandi, R., Dahmiri, D., & Sari, N. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan

- harga terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi Gojek di Kota Jambi. *Jurnal Dinamika Manajemen*.
- Ariyani, R., & Albari, a. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap; kepuasan pelanggan, perceived value, dan loyalitas pelanggan pengguna shopee food di kota yogyakarta. *Jurnal indonesia sosial sains*.
- Ashari, M. F., Siregar, Z. M. E., & Halim, A. (2023). *The influence of service quality, taste, and perceived price on customer loyalty by mediating customer satisfaction. Quantitative Economics and Management Studies*, 4(3), 474-485.
- Az'zahra, Namira, et al. "The Effect Of Service Quality, Brand Image, And Promotion On Customer Satisfaction Of The Go-Food Delivery Application In The Covid-19 Pandemic Era In Jakarta." *Advances in Transportation and Logistics Research* 4 (2021): 520-533.
- Banerjee SP. 2019. Measuring service quality of food delivery services : a study of generation Z. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure* 8(2):1–12.
- Damayanti, B. D., & Kusyana, D. N. B. (2023). Pengaruh E-Service Quality, Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 3(11), 2247-2260.
- Danang. D. K., & Lestari, W. D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Fitur Go-Food PT Gojek Indonesia. *Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 92-102
- Febianti, y. N., & welly, w. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen pengguna layanan jasa antar makanan (gofood) di kota cirebon. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 8(3), 606-616.
- Febrilia, Ika. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan citra merek terhadap kepuasan konsumen pengguna transportasi ojek online grab. *Jrmsi-jurnal riset manajemen sains indonesia*, 10(1), 204-225.
- Fornell, C. (1992). *A National Customer Satisfaction Barome- Ter: The Swedish Experience. Journal Of Marketing*, 56(1), 6–21.
- Ghozali, I. (2018). "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS"Edisi Sembilan.Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24.
- Hakim, M. A. R., Nervilia, I., Saputra, O. P., & Saragih, B. E. (2024). PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GOJEK DI JAKARTA SELATAN. *Equilibrium Point: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(1).
- Haqi, M. S. (2020). Pengaruh Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Layanan Grab Food Di Jombang. *Margin Eco*, 4(1), 42-57.
- Katadata.co.id. (2024). *Indonesia, Pasar Online Food Delivery Terbesar di Asia Tenggara*. Retrieved from katadata.co.id
- Kartono R, Tjahjadi JK. 2021. Factors affecting consumers' intentions to use online food delivery services during COVID-19 Outbreak in Jabodetabek Area. *Jurnal The Winners* 22(1):1– 14.
- Kevin, M., & Nofrizal, n. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada pt. Go-jek indonesia, cabang pekanbaru. *Jurnal daya saing*.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2019), Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid I Edisi 12 Penerbit Erlangga.
- Kotler, P. (2018) Manajemen Pemasaran, Jakarta: Prenhallindo
- Kusuma, I. F. (2022). *Pengaruh Harga, Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengguna Layanan Aplikasi GRAB Selama Pemberlakuan PPKM (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta)*.
- Lupiyoadi, R. (2014). Manajemen Pemasaran Jasa (3rd ed.). Salemba Empat.
- Mahendri, W., & Munir, A.F. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Jasa Transportasi Gojek Online Di Sidoarjo). *MARGIN ECO*.
- Mujahid, Mujahid, et al. "The Influence of Service Quality and Price Perspective on Customer Satisfaction Users of Transport Services Online Taxi Car in Makassar City." *International Journal of Health, Economics, and Social Sciences (IJHESS)* 4.3 (2022): 187-196.

- Muldani, V., et.al (2024). Pengaruh e-service quality dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan (studi pelanggan jasa transportasi online gojek di kota depok). *Journal of Tax and Business* 5(1), 11-18.
- Nurjamad, M. A., & Zalikho, S. (2023). The Influence of Service Quality and Price on Customer Satisfaction of Grab Bike Features in Bandung City. *International Journal of Integrative Sciences*, 2(7), 1099-1120.
- Nguyen, M. (2019). How Food Delivery Services in Vietnam Accommodate Millennials and Generation Z: Case company: Delivery Now. LAHTI University, Bachelor of Business Administration Degree Programme in International Business Spring.
- Pamungkas, T. N., & Adi, S. W. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online (Studi Kasus Pada Beberapa Konsumen Gojek Di Surakarta) (*Doctoral dissertation*, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Parasuraman, A., Valerie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry,. 1988. "SERVQUAL: A Multiple Item Scale for measuring Consumer Perception of Service Quality." *Journal of Marketing*, vol 64, p 12-40
- Pillai, S. G., Kim, W. G., Haldorai, K., & Kim, H. S. (2022). Online food delivery services and consumers' purchase intention: Integration of theory of planned behavior, theory of perceived risk, and the elaboration likelihood model. *International Journal of Hospitality Management*, 105, 103275.
- Rachmat, S. A. (2023). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopeefood Di Kota Tangerang. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 6467-6477.
- Ramadhaniati, S., Susanti, E., Wiwaha, A., & Tyas, I. W. (2020). Effect of Service Quality and Price on Customer Satisfaction. *International Journal Of Digital Entrepreneurship And Business*, 1(1), 1-10.
- Ramli, R. A., Hisyam, M., & Sinamo, J. A. (2023, November). The Impact of Brand Image, Brand Awareness, Service Quality, and Price on Customer Satisfaction with Go-Ride Services: A Case Study of Gojek in Management Students Class of 2019, Faculty of Economics & Business Riau Kepulauan University Batam. *International Conference on Business Management and Accounting* (Vol. 2, No. 1, pp. 154-166).
- Rasjid, A.H., & Laksono, A. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Citra Merek

Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Kasus Pelanggan Grab Di Kota Palembang). *Jurnal Manajemen*.

Rezki, M., Sukmawati, L., Elbiansyah, E., & Riyana, D. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 4(3), 50-57.

Rizqi, M., & Syafarudin, A. (2021). The effect of service quality on Gojek Online Customer Satisfaction. *Ilomata International Journal of Tax and Accounting*, 2(2), 134-145.

Sari, J. E. O. R., Hadita, H., & Komariah, N. S. (2024). Pengaruh Brand Image dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Go-Food pada Aplikasi Go-Jek:(Studi Kasus pada Warga Kelurahan Kaliabang Tengah Bekasi Utara). *Jurnal riset manajemen dan ekonomi (jrime)*, 2(2), 174-183.

Sasongko, G. D. (2022). *The Influence of Service Quality, Platform Ease and Price on ShopeeFood Customer Satisfaction in Tangerang City*. *Formosa Journal of Sustainable Research*, 2(3), 681-698.

Sianipar, D. M., Budiman, N. K., Qorihatunnasik, A., & Maesaroh, S. S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Fitur Go-Food. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 6(2), 859-866.

Solikha, S., & Suprpta, I. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pt. Go-Jek). *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(1), 67-81.

Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabet.

Sukmanawati, s., & purwati, s. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan grab. *Jurnal manajemen almatama*.

Suratni, N.L., & Mayasari, N. (2021). Pengaruh Promosi dan Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Layanan Grab-Food pada Aplikasi Grab di Singaraja. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*.

Tenggara Strategics. 2022. Survei persepsi & perilaku konsumsi online food delivery (OFD) di Indonesia. <https://tenggara.id>.

- Trisandy, C., & Utama, D. P. (2023). *The influence of service quality and price on customer satisfaction on gojek users at Batam state polytechnic. In Proceedings of the 4th International Conference on Applied Economics and Social Science, ICAESS 2022, 5 October 2022, Batam, Riau Islands, Indonesia: ICAESS 2022 (p. 195). European Alliance for Innovation.*
- Vikaliana, Resista et al. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Food Delivery pada Gojek terhadap Kepuasan Pelanggan Studi pada Mahasiswa Institut Stiami." *Jurnal Ekonomi Dan Statistik Indonesia* (2022).
- Vistara, Y., & Resi, P. T. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan (*Service Quality*) Terhadap Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*) (Survey Pelanggan Jasa Transportasi Grab Car di Kampus UBD Tangerang). *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 17(3), 14-25.
- Wahid, A., & Afifah, V. (2024). Pengaruh harga dan e-service quality terhadap kepuasan pengguna ojek online gojek di wilayah dki jakarta. *Innobiz: Jurnal Ilmu Manajemen, Bisnis dan Keuangan*, 1(1), 34-41.
- Wirananta, Z., Syamsir, S., Rezika, M., Nurfaiza, N., Rinaldi, I., & Zet, I. I. (2022, November). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga PT GOJEK Terhadap Kepuasan Konsumen GO-FOOD Di Padang. *In Prosiding Seminar Nasional Pendidikan, Bahasa, Sastra, Seni, Dan Budaya* (Vol. 1, No. 2, pp. 179-190)
- Wulandari, S.R., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online Grab. *Target : Jurnal Manajemen Bisnis*.
- Yunansyah, T. B., & Yahya, Y. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Grabfood (Studi Kasus Mahasiswa STIESIA Surabaya). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 9(12).