

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DIGITAL, PROMOSI, DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
SHOPEEFOOD PADA MAHASISWA UNIVERSITAS SATYA NEGARA
INDONESIA**

SKRIPSI

Program Studi Manajemen – Sastra 1



Disusun Oleh :

Nama : Aldy Ardiansyah

Nim : 041601503125100

Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2021

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DIGITAL, PROMOSI, DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
SHOPEEFOOD PADA MAHASISWA UNIVERSITAS SATYA NEGARA
INDONESIA**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

**SARJANA MANAJEMEN
Program Studi Manajemen – Strata 1**



Disusun Oleh :

Nama : Aldy Ardiansyah

Nim : 041601503125100

Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2021

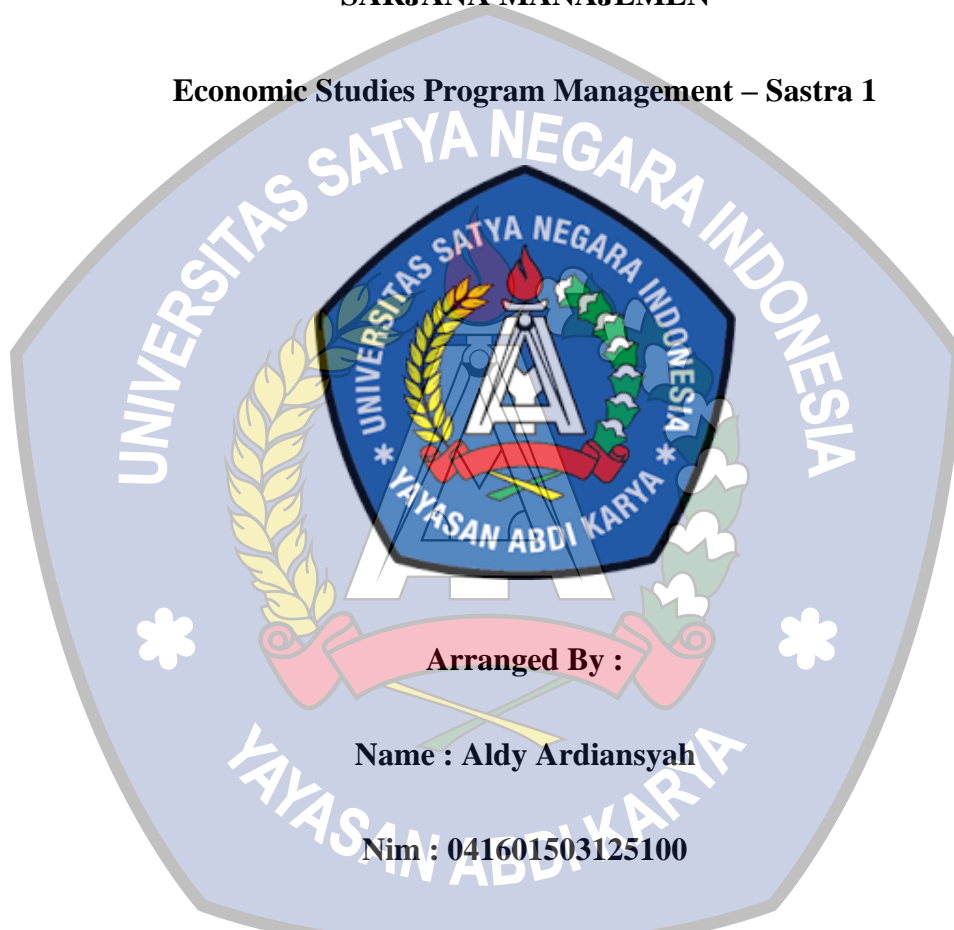
**THE INFLUENCE OF DIGITAL SERVICE, PROMOTIONS, AND TRUST
ON SHOPEEFOOD CUSTOMER SATISFACTION AT UNIVERSITY**

SATYA NEGARA INDONESIA

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Unutk Memperoleh Gelar

SARJANA MANAJEMEN

Economic Studies Program Management – Sastra 1



Faculty / Departement : Economics and Business / Management

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS

2021

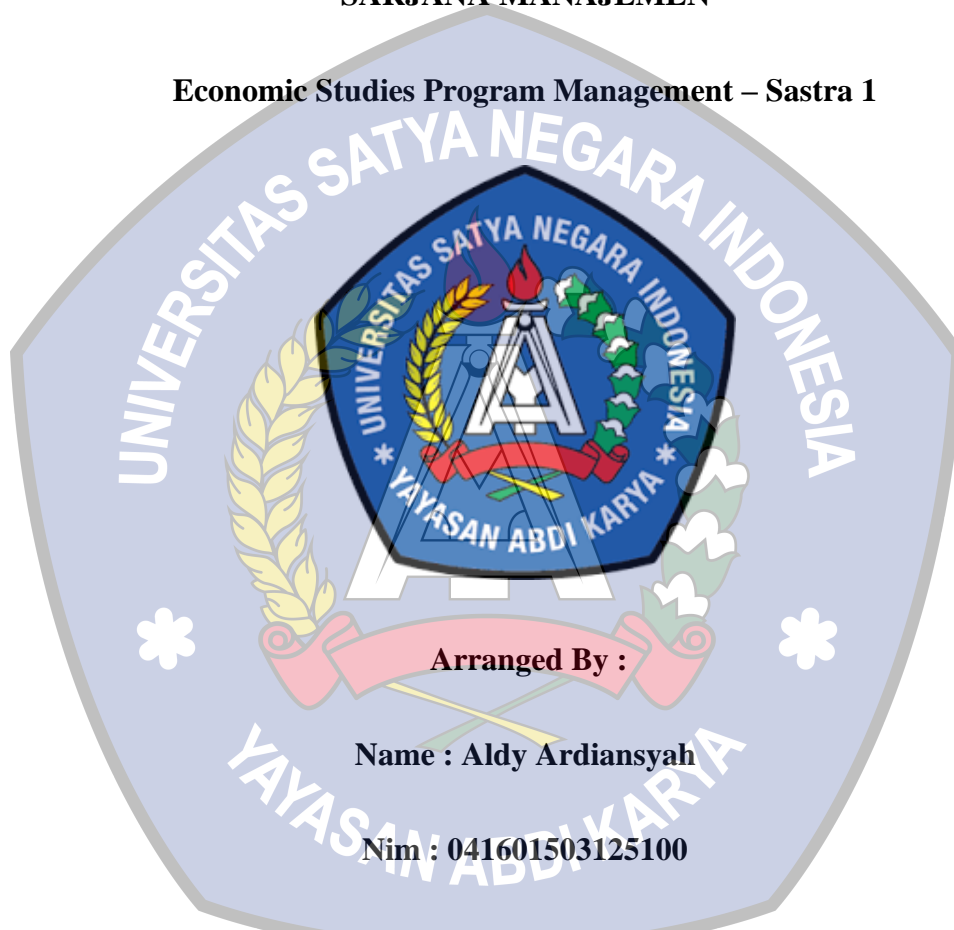
**THE INFLUENCE OF DIGITAL SERVICE, PROMOTIONS, AND TRUST
ON SHOPEEFOOD CUSTOMER SATISFACTION AT UNIVERSITY**

SATYA NEGARA INDONESIA

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Unutk Memperoleh Gelar

SARJANA MANAJEMEN

Economic Studies Program Management – Sastra 1



Arranged By :

Name : Aldy Ardiansyah

Nim : 041601503125100

Faculty / Departement : Economics and Business / Management

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS

2021

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Layanan Digital, Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan ShopeeFood pada Universitas Satya Negara Indonesia secara parsial maupun parsial. Data yang digunakan adalah data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuisisioner kepada 100 orang responden yang pernah menginstal aplikasi ShopeeFood dan menggunakan aplikasi ShopeeFood. Metode yang digunakan pada penelitian ini merupakan metode kuantitatif dan hasil penelitian berdasarkan jawaban responden dengan menggunakan skala likert. Metode Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Regresi Linier Berganda, Uji F, Uji t, dan Koefisien Determinasi.

Hasil Penelitian Menunjukkan bahwa kualitas layanan digital (X1), promosi (X2), dan kepercayaan (X3) dalam penelitian ini berpengaruh secara positif, bahwa variabel kepuasan pelanggan yang dapat dijelaskan oleh variabel kualitas layanan digital, promosi, dan kepercayaan adalah sebesar 61,6%. Sedangkan sisanya sebesar 0,384 atau 38,4% dipengaruhi variabel lain.

Kata Kunci : Layanan Digital, Promosi, Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRAK

This study aims to determine the effect of digital services, promotions, and trust on ShopeeFood customer satisfaction at the University of Satya Negara Indonesia partially or partially. The data used is primary data collected through the distribution of questionnaires to 100 respondents who have installed the ShopeeFood application and used the ShopeeFood application. The method used in this study is a quantitative method and the research results are based on respondents' answers using a Likert scale. The data analysis method used in this research is Multiple Linear Regression Test, F Test, t Test, and Coefficient of Determination.

The results showed that the quality of digital services (X1), promotion (X2), and celebration (X3) in this study had a positive effect, that the customer satisfaction variable which could be explained by the digital service quality variable, promotion, and trust was 61.6 %. While the remaining 0.384 or 38.4% is influenced by other variables.

Keywords: Digital Services, Promotion, Trust, Customer Satisfaction.