

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ELEKTRONIK, PROMOSI DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GRABFOOD
PADA MAHASISWA UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

SKRIPSI

Program Studi Manajemen



FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

2020

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ELEKTRONIK, PROMOSI DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GRABFOOD
PADA MAHASISWA UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA EKONOMI

Program Studi Manajemen-Strata 1



OLEH :

Nama : Mega Sulistya Ningrum

NIM : 041601503125112

Fakultas / Jurusan : Ekonomi / Pemasaran

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

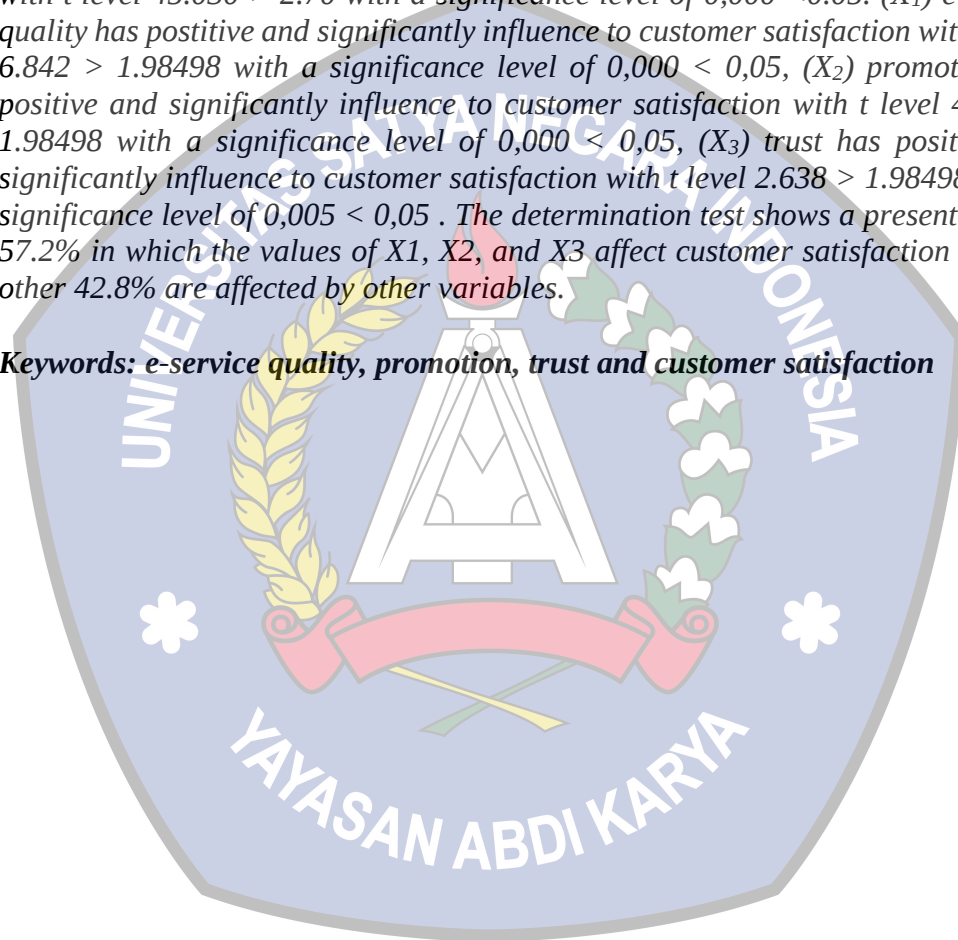
2020

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze the effect of e-service quality, promotion and trust towards customer satisfaction a case study users of GrabFood. The type of this research is quantitative by using a purposive sampling technique of sampling with the Roscoe method. The data collection in this research uses Multiple Regression Analysis

The results of this research showed that: simultaneously e-service quality, promotion and trust has significantly influence customer satisfaction of GrabFood with t level $45.030 > 2.70$ with a significance level of $0,000 < 0.05$. (X_1) e-service quality has positive and significantly influence to customer satisfaction with t level $6.842 > 1.98498$ with a significance level of $0,000 < 0,05$, (X_2) promotion has positive and significantly influence to customer satisfaction with t level $4.487 > 1.98498$ with a significance level of $0,000 < 0,05$, (X_3) trust has positive and significantly influence to customer satisfaction with t level $2.638 > 1.98498$ with a significance level of $0,005 < 0,05$. The determination test shows a presentation of 57.2% in which the values of X_1 , X_2 , and X_3 affect customer satisfaction and the other 42.8% are affected by other variables.

Keywords: e-service quality, promotion, trust and customer satisfaction



ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan elektronik, promosi dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan studi kasus pada pengguna GrabFood pada Mahasiswa Universitas Satya Negara Indonesia. Jenis penelitian ini merupakan data primer yang berasal dari sampel yaitu pengguna aplikasi GrabFood yang pernah menggunakan jasa aplikasi GrabFood. Pengumpulan data dilakukan dengan *online based questionnaire* kepada 100 responden. Penelitian ini menggunakan Purposive sampling dengan metode Roscoe. Penelitian ini menggunakan metode analisis Regresi Berganda.

Hasil temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa: secara simultan kualitas pelayanan elektronik, promosi, dan kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dari nilai $F 45.030 > 2.70$ dengan tingkat signifikansi $0.000 < 0.05$. (X_1) kualitas pelayanan elektronik berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dari nilai $t 6.842 > 1.98498$ dengan tingkat signifikansi $0.000 < 0.05$, (X_2) promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dari nilai $t 4.487 > 1.98498$ dengan tingkat signifikansi $0.000 < 0.05$, (X_3) kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dari nilai $t 2.638 > 1.98498$ dengan tingkat signifikansi $0.005 < 0.05$. Pada uji determinasi menunjukkan presentasi sebesar 57.2% yang artinya nilai tersebut adalah X_1 , X_2 , dan X_3 berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan 42.8% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci: kualitas pelayanan elektronik, promosi, kepercayaan, dan kepuasan pelanggan