

***THE INFLUENCE OF CUSTOMER EXPERIENCE, PERCEIVED
PRICE, AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER
SATISFACTION
(STUDY ON GOFOOD USERS IN SOUTH JAKARTA)***

By Fany Rizky Faradilla

Abstract

This study aims to analyze influence of three independent variables, namely customer experience, perceived price, and service quality on customer satisfaction of GoFood users in South Jakarta. This study employs quantitative approaches with descriptive analytic techniques to explain the sample, as well as inferential techniques utilizing the SmartPLS version 4 software tool. The population for this study was made up of GoFood consumers in South Jakarta, with 100 respondents chosen using a non-probability sampling approach. The data for this study were gathered through the distribution of questionnaires using Google Forms via social media channels. The results of the analysis show that customer experience and perceived price have a significant effect on customer satisfaction. Meanwhile, service quality has no significant effect on customer satisfaction. This research provides a comprehensive understanding of the aspects that influence customer satisfaction on the GoFood service platform in relation to customer experience, perceived price, and service quality. The findings in this study are expected to help GoFood and other online food delivery companies to be able to create more effective marketing plans while prioritizing customer satisfaction by emphasizing service quality.

Keywords: *customer experience; perceived price; service quality; customer satisfaction; Gofood.*

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE*, *PERCEIVED PRICE*,
DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN
(STUDI PADA PENGGUNA GOFOOD DI JAKARTA SELATAN)**

Oleh Fany Rizky Faradilla

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari tiga variabel bebas yaitu *Customer Experience*, *Perceived Price*, dan *Service Quality* terhadap kepuasan pelanggan pengguna GoFood di Jakarta Selatan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik deskriptif analitik untuk menjelaskan sampel, serta teknik inferensial dengan menggunakan perangkat lunak SmartPLS versi 4. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen GoFood di Jakarta Selatan, dengan jumlah responden sebanyak 100 orang yang dipilih dengan menggunakan pendekatan *non-probability sampling*. Data untuk penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner menggunakan Google Forms melalui kanal media sosial. Hasil analisis menunjukkan *customer experience* dan *perceived price* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan *service quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini memberikan pemahaman menyeluruh terkait aspek-aspek yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada *platform* layanan GoFood dalam kaitannya dengan *customer experience*, *perceived price*, dan *service quality*. Temuan pada penelitian ini diharapkan dapat membantu GoFood dan perusahaan pengantaran makanan online lainnya untuk dapat membuat rencana pemasaran yang lebih efektif dengan tetap memprioritaskan kepuasan pelanggan dengan menekankan kualitas layanan.

Kata Kunci: *customer experience*; *perceived price*; *service quality*; kepuasan pelanggan; Gofood.