



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

SKRIPSI

Fany Rizky Faradilla 2110111010

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAKARTA
2024**



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

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**

Fany Rizky Faradilla 2110111010

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAKARTA**

2024

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Fany Rizky Faradilla

NIM. : 2110111010

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 13 Desember 2024

Yang menyatakan,



(Fany Rizky Faradilla)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fany Rizky Faradilla
NIM : 2110111010
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

**Pengaruh *Customer Experience*, *Perceived Price*, dan *Service Quality* Terhadap Kepuasan Pelanggan
(Studi Pada Pengguna GoFood di Jakarta Selatan)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 13 Desember 2024
Yang menyatakan,



(Fany Rizky Faradilla)

SKRIPSI

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

Dipersiapkan dan disusun oleh:

FANY RIZKY FARADILLA 2110111010

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 13 Desember 2024
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



Lina Arvani, SE, MM
Ketua Penguji



Dienni Ranjati Sholihah, S.E., M.M.
Penguji I



Prof. Dr. Prasetyo Hadi, SE., MM., CFMP
Penguji II (Pembimbing)



Siti Hidayati, S.E., M.M
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 13 Desember 2024

***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.



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GANJIL TA. 2024/2025**

Hari ini Jumat , tanggal 13 Desember 2024, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Fany Rizky Faradilla

No.Pokok Mahasiswa : 2110111010

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Customer Experience, Perceived Price, dan Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pengguna GoFood di Jakarta Selatan)

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak-Lulus-*)*

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Lina Aryani, SE, MM	Ketua	1.
2	Dienni Ruhjatini Sholihah, S.E., M.M.	Anggota I	2.
3	Prof. Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 13 Desember 2024

Mengesahkan

A.n DEKAN

Kaprod. Manajemen S.1

Siti Hilayati, SE, MM.

PRAKATA

Puji serta syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, sebab dengan rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “Pengaruh *Customer Experience*, *Perceived Price*, dan *Service Quality* Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pengguna GoFood di Jakarta Selatan)” sebagai prasyarat untuk memperoleh gelar sarjana dari Program S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Dr. Jubaedah, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang memberikan izin untuk penulisan penelitian.
2. Dr. Yudi Nur Supriadi, S.Sos.I, MM. selaku Ketua Jurusan Manajemen yang telah memberikan arahan dalam penyusunan penelitian.
3. Siti Hidayati, SE., MM. selaku Kepala Program Studi Manajemen Program Sarjana yang telah memberikan arahan dan dukungan.
4. Prof. Dr. Prasetyo Hadi, SE., MM., CFMP selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan panduan, saran, serta kontribusi kepada penulis selama proses penyusunan penelitian ini.
5. Dra. Anastasia Bernadin Dwi Mardiatmi, MM. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan terkait proses akademik.
6. Kedua orang tua serta seluruh keluarga besar penulis yang selalu memberikan dorongan semangat dan dukungan.
7. Sahabat dan teman-teman yang telah mendampingi serta memberikan motivasi kepada penulis.

Penulis mengakui bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, penulis mohon kritik dan saran membangunnya agar penelitian ini dapat memberikan manfaat dan juga dapat menjadi referensi bagi para pembaca.

Jakarta, 23 September 2024

Fany Rizky Faradilla

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	viii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Pemasaran	11
2.1.2 Perilaku Konsumen	12
2.1.3 <i>Digital Marketing</i>	13
2.1.4 Kepuasan Pelanggan	14
2.1.5 <i>Customer Experience</i> (Pengalaman Pelanggan)	16
2.1.6 <i>Perceived Price</i> (Persepsi Harga)	18
2.1.7 <i>Service Quality</i> (Kualitas Layanan).....	19
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya	21
2.3 Model Penelitian	32
2.3.1 Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	32
2.3.2 Pengaruh <i>Perceived Price</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	33
2.3.3 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	33
2.4 Hipotesis	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	35
3.1.1 Definisi Operasional	35
3.1.2 Pengukuran Variabel	37
3.2 Penentuan Populasi dan Sampel	37

3.2.1	Populasi.....	37
3.2.2	Sampel.....	37
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	40
3.3.1	Jenis Data	40
3.3.2	Sumber Data.....	40
3.3.3	Pengumpulan Data	41
3.4	Teknik Analisis Data.....	42
3.4.1	Analisis Statistik Deskriptif	42
3.4.2	Analisis Statistik Inferensial	44
3.4.3	Pengujian Hipotesis	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		53
4.1	Hasil Penelitian	53
4.1.1	Deskripsi Objek Penelitian	53
4.1.2	Deskripsi Data Penelitian.....	55
4.1.3	Uji Kualitas Data.....	68
4.1.4	Uji Hipotesis	76
4.2	Pembahasan.....	79
4.2.1	Pengaruh <i>Customer Experience</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	79
4.2.2	Pengaruh <i>Perceived Price</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	81
4.2.3	Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	83
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		86
5.1	Simpulan	86
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	87
5.3	Saran	88
DAFTAR PUSTAKA		89
RIWAYAT HIDUP		93
LAMPIRAN.....		94

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Penelitian Terdahulu	30
Tabel 2. Pengukuran Variabel.....	37
Tabel 3. Pembagian Jumlah Sampel per Kecamatan di Jakarta Selatan	40
Tabel 4. Skala Pengukuran <i>Likert</i>	41
Tabel 5. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	42
Tabel 6. Interpretasi Nilai Indeks Responden	44
Tabel 7. Tingkat Reliabilitas	49
Tabel 8. Tingkat Multikolinearitas	50
Tabel 9. R-Square.....	50
Tabel 10. Nilai Indeks Variabel Kepuasan Pelanggan.....	64
Tabel 11. Nilai Indeks Variabel <i>Customer Experience</i>	65
Tabel 12. Nilai Indeks Variabel <i>Perceived Price</i>	66
Tabel 13. Nilai Indeks Variabel <i>Service Quality</i>	67
Tabel 14. Hasil <i>Outer Loading</i> Sebelum Re-Estimasi	69
Tabel 15. Hasil <i>Outer Loading</i> Setelah Re-Estimasi	70
Tabel 16. Hasil <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	70
Tabel 17. Hasil <i>Cross Loading</i>	71
Tabel 18. Hasil <i>Heterotrait–monotrait ratio (HTMT)</i>	72
Tabel 19. Hasil <i>Composite Reliability</i> Dan <i>Cronbach’s Alpha</i>	73
Tabel 20. Hasil <i>Variance Inflation Factor (VIF)</i>	74
Tabel 21. Hasil <i>R-Square</i>	75
Tabel 22. Hasil <i>Q-Square</i>	76
Tabel 23. Hasil <i>Path Coefficients</i>	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Indeks Pembangunan TIK Indonesia	1
Gambar 2. Total Nilai Transaksi <i>Online Food Delivery</i> di Asia Tenggara	3
Gambar 3. Aplikasi Pengiriman Makanan Berdasarkan Pilihan <i>Merchant</i>	4
Gambar 4. <i>Icon</i> GoFood.....	4
Gambar 5. Fitur Layanan Gofood Pada Gojek App.....	5
Gambar 6. Ulasan Konsumen Mengenai Gofood	6
Gambar 7. Model Penelitian	34
Gambar 8. Langkah-Langkah Analisis PLS.....	45
Gambar 9. <i>Inner Model</i>	46
Gambar 10. <i>Outer Model</i>	46
Gambar 11. Diagram Jalur	47
Gambar 12. Logo GoFood	53
Gambar 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah Domisili.....	56
Gambar 14. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Gambar 15. Karakteristik Responden Berdasarkan Detail Usia	58
Gambar 16. Karakteristik Responden Berdasarkan Rentang Usia.....	58
Gambar 17. Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-rata Penggunaan	60
Gambar 18. Karakteristik Responden Berdasarkan Status	61
Gambar 19. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan/Uang Saku	62
Gambar 20. Hasil <i>Outer Model</i> Sebelum Re-Estimasi	68
Gambar 21. Hasil <i>Outer Model</i> Setelah Re-Estimasi	69
Gambar 22. Menentukan model struktural (<i>Inner Model</i>).....	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	94
Lampiran 2. Data Kuesioner 100 Responden	100
Lampiran 3. Hasil Deskripsi Data Responden	111
Lampiran 4. Hasil Analisis Data Deskriptif	114
Lampiran 5. Hasil Output SmartPLS 4.0	116
Lampiran 6. Nilai T-Tabel	119
Lampiran 7. Bukti Penyebaran Kuesioner	120