



**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, HARGA,
DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN SHOPEEFOOD
DI JABODETABEK**

SKRIPSI

YOLANDA SHAFITRI

2210111062

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2025**



**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, HARGA,
DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN SHOPEEFOOD
DI JABODETABEK**

SKRIPSI

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

YOLANDA SHAFITRI

2210111062

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2025**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Yolanda Shafitri

NIM : 2210111062

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

Jakarta, 17 Oktober 2025

Yang menyatakan,



(Yolanda Shafitri)

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Yolanda Shafitri
NIM : 2210111062
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 Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

Pengaruh Promosi Penjualan, Harga, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan ShopeeFood di Jabodetabek

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 Januari 2026
Yang Menyatakan,



(Yolanda Shafitri)

SKRIPSI

PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, HARGA, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SHOPEEFOOD DI JABODETABEK

Dipersiapkan dan disusun oleh :

YOLANDA SHAFITRI

2210111062

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 19 Desember 2025
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S., MBA., CWM
Ketua Penguji



Dra. Pusporini, M.M.
Penguji I



Dea Delia Lestari, S.T., M.M.
Penguji II



Dr. Jubaedah, S.E., M.M.
Dekan



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

Disahkan di : Jakarta

Pada tanggal : 19 Desember 2025

The Influence of Sales Promotion, Price, and Service Quality on ShopeeFood Customer Satisfaction in Jabodetabek

By Yolanda Shafitri

ABSTRACT

The rapid development of application-based food delivery services has significantly shaped consumer behavior, including the growth experienced by ShopeeFood. Although ShopeeFood has shown an increase in transaction value, it faces challenges in maintaining customer satisfaction. Various complaints related to promotions, pricing policies, and service quality indicate a gap between the company's strategies and customer experience. This study aims to examine, analyze, and prove the influence of sales promotion, price, and service quality on ShopeeFood customer satisfaction in the Jabodetabek area. Data were collected through questionnaires completed by 153 respondents and analyzed using SmartPLS with the PLS-SEM method to test the relationships among variables. The results show that sales promotion, price, and service quality have a positive and significant effect on customer satisfaction. These findings indicate that customers tend to feel more satisfied when the promotions offered are relevant, prices are perceived as reasonable and aligned with the benefits received, and services are delivered professionally and comfortably. This study reinforces that these three factors play an essential role in shaping customer experience. Therefore, efforts to improve ShopeeFood customer satisfaction should focus on optimizing promotional strategies, adjusting pricing policies, and enhancing service quality to maintain competitiveness in the increasingly dynamic food delivery industry.

Keywords: *customer satisfaction, price, sales promotion, service quality.*

Pengaruh Promosi Penjualan, Harga, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan ShopeeFood di Jabodetabek

Oleh Yolanda Shafitri

ABSTRAK

Perkembangan layanan pesan-antar makanan berbasis aplikasi semakin pesat, termasuk ShopeeFood yang mengalami pertumbuhan nilai transaksi namun menghadapi tantangan dalam mempertahankan kepuasan pelanggan. Berbagai keluhan terkait promosi, harga, dan kualitas layanan menunjukkan adanya kesenjangan antara strategi perusahaan dan pengalaman pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis, dan membuktikan pengaruh promosi penjualan, harga, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan ShopeeFood di wilayah Jabodetabek. Data diperoleh melalui kuesioner yang diisi oleh 153 responden dan dianalisis menggunakan SmartPLS dengan metode PLS-SEM untuk menguji hubungan antarvariabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi penjualan, harga, dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini mengindikasikan bahwa pelanggan cenderung merasa lebih puas ketika promosi yang diberikan relevan, harga dianggap sesuai dengan manfaat yang diterima, serta layanan diberikan secara profesional dan nyaman. Studi ini menegaskan bahwa ketiga faktor tersebut memegang peranan penting dalam membentuk pengalaman pelanggan. Dengan demikian, penelitian ini memberikan gambaran bahwa upaya peningkatan kepuasan pelanggan ShopeeFood perlu diarahkan pada optimalisasi strategi promosi, penyesuaian kebijakan harga, dan peningkatan kualitas layanan agar ShopeeFood mampu mempertahankan daya saing di tengah industri pesan-antar makanan yang semakin kompetitif.

Kata kunci: harga, kepuasan pelanggan, kualitas layanan, promosi penjualan.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450

Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904

Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

BERITA ACARA SIDANG TUGAS AKHIR
SEMESTER GANJIL TA. 2025/2026

Pada hari ini, Jumat, tanggal 19 Desember 2025, telah dilaksanakan Sidang Tugas

Akhir bagi mahasiswa:

Nama : Yolanda Shafitri

NIM : 2210111062

Program Studi : Manajemen S1

Judul Tugas Akhir :

**Pengaruh Promosi Penjualan, Harga, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan
Pelanggan ShopeeFood di Jabodetabek**

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus/Sidang Ulang**, dengan Nilai Rata-Rata
dan Nilai Huruf

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S., MBA., CWM.	Ketua	
2	Dra. Pusporini, MM	Anggota I	
3	Dea Delia Lestari, ST., MM.	Anggota II **)	

Keterangan:

*) Coret yang tidak perlu
**) Dosen Pembimbing

Nilai dalam Skala

85 - 100 = A
80 - 84.99 = A-
75 - 79.99 = B+
70 - 74.99 = B
65 - 69.99 = B-
60 - 64.99 = C+
55 - 59.99 = C
40 - 54.99 = D
0 - 39.99 = E

Jakarta, 19 Desember 2025

Mengesahkan
a.n. DEKAN
Koordinator Prodi Manajemen S1

Siti Hidayati, SE, MM

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, taufik, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi Penjualan, Harga, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan ShopeeFood di Jabodetabek.” Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Dr. Jubaedah, SE., MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta; Ibu Dewi Cahyani Pangestuti, SE., MM., selaku Ketua Jurusan Manajemen; Ibu Siti Hidayati, SE., MM., selaku Kepala Program Studi Manajemen Program Sarjana; serta Ibu Dea Delia Lestari, ST., MM., selaku Dosen Pembimbing yang telah dengan penuh kesabaran memberikan arahan, nasihat, bimbingan, serta masukan yang sangat bermanfaat kepada penulis selama proses penyusunan penelitian ini, sehingga penelitian dapat diselesaikan dengan baik. Selain itu, penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus dan mendalam kepada Ibu dan Ayah tercinta, kakak, adik, saudara Mochammad Ferdinan Adzhani, serta rekan-rekan seperjuangan yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, perhatian, dukungan moral maupun material, serta motivasi yang tiada henti.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Penulis berharap karya ini dapat memberi manfaat bagi pembaca, menambah wawasan, serta berkontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran.

Jakarta, 10 Desember 2025

Yolanda Shafitri

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN	iv
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
HALAMAN BERITA ACARA UJIAN.....	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 Rumusan 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 Pemasaran Digital	12
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	12
2.1.4 Kepuasan Pelanggan	13
2.1.5 Promosi Penjualan	15
2.1.6 Harga.....	17
2.1.7 Kualitas Layanan	18
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Model Penelitian	29
2.4 Hipotesis	32

BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	33
3.1.1 Definisi Operasional	33
3.1.2 Pengukuran Variabel	34
3.2 Populasi dan Sampel	35
3.2.1 Populasi.....	35
3.2.2 Sampel.....	36
3.3 Teknik Pengumpulan Data	37
3.3.1 Jenis Data	37
3.3.2 Sumber Data.....	37
3.3.3 Pengumpulan Data	37
3.4 Teknik Analisis Data	39
3.4.1 Analisis Statistik Deskriptif	39
3.4.2 Analisis Inferensial	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian.....	49
4.2 Deskripsi Data Penelitian.....	50
4.3 Uji Hipotesis dan Analisis.....	56
4.3.1 Analisis Deskriptif	56
4.3.2 Analisis Inferensial	60
4.3.3 Pembahasan.....	73
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	77
5.1 Simpulan	77
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	78
5.3 Saran	78
DAFTAR PUSTAKA.....	81
RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Matriks Penelitian Terdahulu	28
Tabel 2 Pengukuran Variabel Penelitian.....	34
Tabel 3 Jumlah Penduduk Jabodetabek Tahun 2024.....	35
Tabel 4 Persentase Pembagian Sampel	37
Tabel 5 Skala Likert	38
Tabel 6 Kisi - Kisi Instrumen Penelitian	38
Tabel 7 Persentase Nilai Indeks	40
Tabel 8 Nilai Indeks Kepuasan Pelanggan.....	56
Tabel 9 Nilai Indeks Promosi Penjualan	57
Tabel 10 Nilai Indeks Harga.....	58
Tabel 11 Nilai Indeks Kualitas Layanan	59
Tabel 12 Hasil Content Validity	62
Tabel 13 Hasil Outer Loading Pre-test.....	64
Tabel 14 Hasil Cronbach's Alpha, Composite Reliability, dan AVE Pre-test	64
Tabel 15 Hasil HTMT Pre-test	65
Tabel 16 Hasil VIF Pre-test.....	65
Tabel 17 Revisi Butir Pernyataan Berdasarkan Hasil Pre-test	66
Tabel 18 Hasil Outer Loading Penelitian	67
Tabel 19 Hasil Cronbach's Alpha dan Composite Reliability Penelitian.....	68
Tabel 20 Hasil Average Variance Extracted (AVE) Penelitian.....	69
Tabel 21 Nilai Heterotrait–Monotrait Ratio (HTMT) Penelitian.....	69
Tabel 22 Hasil Variance Inflation Factor (VIF) Penelitian	70
Tabel 23 Hasil Outer Weights Penelitian	71
Tabel 24 Hasil Path Coefficients Penelitian.....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Nilai Gross Merchandise Value (GMV) layanan pesan-antar makanan online di 6 Negara ASEAN Tahun 2023	2
Gambar 2 Persentase Penggunaan Layanan Pesan Antar Makanan di Indonesia...	3
Gambar 3 Rata-Rata Harga per Porsi Makan Malam di Beberapa Wilayah di Indonesia	3
Gambar 4 Nilai Penjualan Bruto Makanan Online di GrabFood, GoFood, dan ShopeeFood Indonesia (2021-2024)	4
Gambar 5 Ulasan Pengguna ShopeeFood tentang Promo.....	5
Gambar 6 Ulasan Pengguna ShopeeFood tentang Kualitas Layanan	6
Gambar 7 Model Penelitian	30
Gambar 8 Logo ShopeeFood	49
Gambar 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
Gambar 10 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	52
Gambar 11 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Gambar 12 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
Gambar 13 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan ShopeeFood Selama 3 Bulan	54
Gambar 14 Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran Menggunakan ShopeeFood Selama 1 Bulan.....	55
Gambar 15 Hasil Inner Model.....	60
Gambar 16 Hasil Outer Model.....	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
Lampiran 2 Data Kuesioner 153 Responden
Lampiran 3 Hasil Deskripsi Data Responden
Lampiran 4 Hasil Analisis Data Deskriptif
Lampiran 5 Hasil Analisis Inferensial
Lampiran 6 Nilai T-tabel
Lampiran 7 Hasil Turnitin