

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PENGGUNA SHOPEE FOOD DI BANTUL

Yuni Hapsari Purbaningrum¹, Rizki Wahyuning Damayanti²

INTISARI

Latar Belakang : Kualitas pelayanan merujuk pada kemampuan suatu *platform* dalam menyediakan fasilitas dari awal pembelian hingga pengiriman dan layanan purna jual dengan cara yang efisien dan efektif. Harga dapat mempengaruhi terciptanya loyalitas pelanggan sehingga dapat menjadi hal yang diperhatikan oleh konsumen dalam menggunakan layanan *food delivery*. Promosi adalah strategi yang digunakan perusahaan agar dapat memperkenalkan dan menonjolkan keunggulan yang dimilikinya untuk menarik minat pelanggan. Loyalitas merujuk pada tingkat komitmen pelanggan, dimana pelanggan secara berulang melakukan pembelian atau menggunakan jasa suatu produk.

Tujuan Penelitian : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi secara parsial dan simultan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna Shopee Food.

Metode Penelitian : Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sumber data akan diperoleh langsung melalui *kuesioner* sebanyak 155 responden. Data penelitian diolah dengan menggunakan aplikasi SPSS 27.

Hasil : Hasil dari penelitian menunjukkan adanya pengaruh secara parsial dan simultan antara variabel kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap loyalitas pelanggan Shopee Food.

Kesimpulan : Pada hasil penelitian uji regresi linear berganda menguraikan pada koefisien variabel kualitas pelayanan sebesar 0,136, nilai yang didapat merupakan nilai terkecil dibandingkan dengan variabel promosi dan harga. Maka disarankan untuk dapat memperhatikan peningkatan kualitas pelayanan bagi perusahaan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, Loyalitas Pelanggan

¹Yuni Hapsari Purbaningrum (S-1) Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

²Rizki Wahyuning Damayanti (S-1) Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, PRICES AND PROMOTIONS ON CUSTOMER LOYALTY FOR SHOPEE FOOD IN BANTUL

Yuni Hapsari Purbaningrum¹, Rizki Wahyuning Damayanti²

ABSTRACT

Background : Service quality refers to the ability of a platform to provide facilities from initial purchase to delivery and after-sales service in an efficient and effective manner. Price can influence the creation of customer loyalty so it can be something that consumers pay attention to when using food delivery services. Promotion is a strategy used by companies to introduce and highlight their advantages to attract customer interest. Loyalty refers to the level of customer commitment, where customers repeatedly purchase or use the services of a product.

Objective : The research aims to determine the effect to quality service, price and promotion partially and simultaneously on customer loyalty among Shopee Food users.

Method : This research uses quantitative methods. Data source will be obtained directly through a questionnaire of 155 respondents. Data the research was processed using the SPSS 27 application.

Result : the result of the research shows that there is a partial and simultaneous influence between the variables of service quality, price and promotion on loyalty to Shopee Food customers.

Conclusion : The research results of the multiple linear regression test describe the service quality variable coefficient is 0,136, the value obtained is the smallest value compared to promotion and price variables. So it is recommended to be able to pay attention to improving the quality of service for the company.

Keywords : Service Quality, Price, Promotion, Customer Loyalty

¹Yuni Hapsari Purbaningrum (S-1) Jenderal Achmad Yani Yogyakarta University

²Rizki Wahyuning Damayanti(S-1) Jenderal Achmad Yani Yogyakarta University