

**PENGARUH HARGA DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN YANG BERDAMPAK
PADA LOYALITAS PELANGGAN LAYANAN GO-FOOD DI
APLIKASI GOJEK
(Studi Kasus pada Pengguna Layanan Go-Food di DKI Jakarta)**

***THE INFLUENCE OF PRICE AND EASE OF USE ON
CUSTOMER SATISFACTION WHICH IMPACT CUSTOMER
LOYALTY OF GO-FOOD SERVICES ON THE GOJEK
APPLICATION
(Case Study of Go-Food Service Users in DKI Jakarta)***

Oleh
Alivia Diandra Pratiwi
2021410053

SKRIPSI

**Untuk memenuhi gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program Studi
Manajemen pada Universitas Darma Persada**



**PROGRAM SARJANA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA**

2026

**PENGARUH HARGA DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN YANG BERDAMPAK
PADA LOYALITAS PELANGGAN LAYANAN GO-FOOD DI
APLIKASI GOJEK**

(Studi Kasus pada Pengguna Layanan Go-Food di DKI Jakarta)

***THE INFLUENCE OF PRICE AND EASE OF USE ON CUSTOMER
SATISFACTION THAT IMPACTS CUSTOMER LOYALTY TO GO-
FOOD SERVICES ON THE GOJEK APPLICATION***

(Case Study of Go-Food Service Users in DKI Jakarta)

Oleh

Alivia Diandra Pratiwi

2021410053

SKRIPSI

Untuk memenuhi gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program Studi

Manajemen pada Universitas Darma Persada

Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal 29 Januari 2026

Seperti tertera di bawah ini

Jakarta, 29 Januari 2026



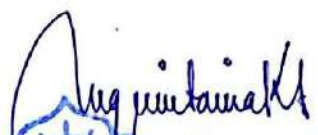
Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M.

Dosen Pembimbing



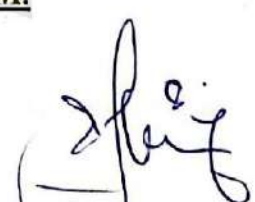
Dr. Resa Nurlaela Anwar, S.E., M.M.

Penguji I



Dr. Melani Quintania, S.E., M.Pd.

Penguji II



Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M.

Penguji III



Dr. Sukardi, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi



Dedi Damhudi, S.E., M.M.

Ketua Program Studi

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Alivia Diandra Pratiwi

NIM : 2021410053

Jurusan : Manajemen

Peminatan : Pemasaran

Dengan ini saya menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga dan Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Pelanggan yang Berdampak pada Loyalitas Pelanggan Layanan Go-Food di Aplikasi Gojek (Studi Kasus pada Pengguna Layanan Go-Food di DKI Jakarta)” yang dibimbing oleh Ibu Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M. adalah hasil karya saya sendiri dan bukan hasil jiplakan dari karya orang lain. Jika di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk bertanggung jawab. Oleh karena itu, saya membuat pernyataan ini dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 7 Oktober 2025



Alivia Diandra Pratiwi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh harga dan kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya pada loyalitas pelanggan pengguna layanan Go-Food di aplikasi Gojek di wilayah DKI Jakarta. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada 100 responden yang telah menggunakan layanan Go-Food minimal empat kali dalam dua bulan terakhir di DKI Jakarta. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling*, sementara analisis data menggunakan SEM (*Structural Equation Modeling*) dengan *software* PLS versi 4.1.0.9. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan layanan Go-Food di DKI Jakarta, kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan layanan Go-Food di DKI Jakarta, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan layanan Go-Food di DKI Jakarta, kemudahan penggunaan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan layanan Go-Food di DKI Jakarta, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan layanan Go-Food di DKI Jakarta, kepuasan pelanggan memediasi pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan layanan Go-Food di DKI Jakarta, dan kepuasan pelanggan tidak memediasi pengaruh kemudahan penggunaan terhadap loyalitas pelanggan layanan Go-Food di DKI Jakarta.

Kata Kunci: Harga, Kemudahan Penggunaan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of price and ease of use on customer satisfaction and its impact on customer loyalty of Go-Food service users on the Gojek application in the DKI Jakarta area. Data were collected through questionnaires distributed to 100 respondents who had used Go-Food services at least four times in the last two months in DKI Jakarta. Sampling was carried out using a non-probability sampling method, while data analysis used SEM (Structural Equation Modelling) with PLS software version 4.1.0.9. The results of the study show that price has a positive and significant effect on customer satisfaction of Go-Food services in DKI Jakarta, ease of use has a positive and significant effect on customer satisfaction of Go-Food services in DKI Jakarta, price has a positive and significant effect on customer loyalty of Go-Food services in DKI Jakarta, ease of use has a positive but not significant effect on customer loyalty of Go-Food services in DKI Jakarta, customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty of Go-Food services in DKI Jakarta, customer satisfaction mediates the influence of price on customer loyalty of Go-Food services in DKI Jakarta, and customer satisfaction does not mediate the influence of ease of use on customer loyalty of Go-Food services in DKI Jakarta.

Keywords: Price, Ease of Use, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga dan Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Pelanggan yang Berdampak pada Loyalitas Pelanggan Layanan Go-Food di Aplikasi Gojek (Studi Kasus pada Pengguna Layanan Go-Food di DKI Jakarta)” yang merupakan salah satu syarat yang wajib dipenuhi di Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

Keberhasilan dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan bantuan dari beberapa pihak. Sehingga pada kesempatan ini dengan rasa hormat dan kerendahan hati penulis, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Orang tua saya tercinta yang selalu memberikan motivasi serta doa baik yang tidak pernah putus.
2. Ibu Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu dan memberikan banyak masukan serta saran yang berharga dalam proses penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Dedi Damhudi, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
4. Bapak Dr. Sukardi, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada dan selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis.
5. Bapak dan ibu dosen Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.

6. Kakak kandung saya yang membiayai perkuliahan saya dari awal hingga akhir.
7. Sahabat perkuliahan saya, Anasta Valeri, Silvia Indriyani, Mu'awanatur Rohmah, dan Amalia Melyani Putri, yang telah menjadi tempat untuk bertukar pikiran, memberikan semangat selama proses penyusunan skripsi.
8. Sahabat SMA saya, Diana Puspita Widya, Fadillah Maulana, dan Cahaya Melania, yang selalu memberikan saran dan dukungannya selama proses penyusunan skripsi.
9. Teman-teman jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Angkatan 2021, yang memberikan dukungan dan semangat selama proses penyusunan skripsi.
10. Terakhir, kepada penulis skripsi ini yang merupakan saya sendiri, Alivia Diandra Pratiwi. Walaupun hidup tidak penuh dengan tawa bahagia, tetapi terima kasih sudah bertahan dan berjuang hingga di titik ini, tidak menyerah dan selalu belajar menjadi lebih baik, serta selalu berusaha menerima dengan ikhlas setiap kejadian dalam hidup yang tidak selalu sesuai dengan keinginan.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, sehingga masukan dan kritik membangun dari pembaca sangatlah penulis harapkan untuk penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 5 Oktober 2025

Penulis,

Alivia Diandra Pratiwi

DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan dan Rumusan Masalah.....	22
1.2.1 Identifikasi Masalah	22
1.2.2 Pembatasan Masalah	23
1.2.3 Rumusan Masalah	23
1.3 Tujuan Penelitian	24
1.4 Kegunaan Penelitian.....	25
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	27
2.1 Landasan Teori.....	27
2.1.1 Manajemen	27
2.1.2 Pemasaran.....	30
2.1.3 Manajemen Pemasaran.....	32
2.1.4 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	34
2.1.5 Harga	35
1. Pengertian Harga	35
2. Dimensi Harga.....	37

3. Indikator Harga.....	37
2.1.6 Kemudahan Penggunaan	38
1. Pengertian Kemudahan Penggunaan	38
2. Indikator Kemudahan Penggunaan	39
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kemudahan Penggunaan.....	40
2.1.7 Kepuasan Pelanggan.....	41
1. Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	41
2. Dimensi Kepuasan Pelanggan	43
3. Indikator Kepuasan Pelanggan	43
4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	45
2.1.8 Loyalitas Pelanggan.....	48
1. Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	48
2. Dimensi Loyalitas Pelanggan	50
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	51
4. Karakteristik Loyalitas Pelanggan.....	53
5. Jenis Loyalitas Pelanggan.....	54
2.2 Penelitian Terdahulu	55
2.3 Kerangka Pemikiran.....	67
2.4 Hipotesis Penelitian.....	70
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	73
3.1 Metode yang Digunakan	73
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian	74
3.3 Operasional Variabel.....	74
3.4 Sumber dan Cara Penentuan Data.....	81
3.4.1 Sumber Data yang Digunakan.....	81
3.4.2 Cara Penentuan Data	82
3.5 Teknik Pengumpulan Data	84
3.6 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis.....	87

3.6.1 Analisis <i>Structural Equations Model</i> (SEM)	87
3.6.2 <i>Partial Least Square</i> (PLS)	88
3.6.3 Kelebihan PLS.....	89
3.6.4 Kekurangan PLS.....	89
3.6.5 Model Spesifikasi PLS	90
3.6.6 Uji Hipotesis (<i>Bootstrapping</i>)	95
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	97
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	97
4.1.1 Sejarah PT. Gojek Indonesia	97
4.1.2 Visi dan Misi PT. Gojek Indonesia	100
4.1.3 Jenis Layanan Gojek.....	101
4.2 Hasil Penelitian dan Karakteristik Responden	103
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin... ..	103
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	104
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	105
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	106
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran rata – rata per Bulan	107
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	108
4.2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Responden Menggunakan Layanan Go-Food	109
4.2.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Kali Responden Menggunakan Layanan Go-Food dalam 2 bulan terakhir.....	110
4.3 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel	111
4.3.1 Harga	111
4.3.2 Kemudahan Penggunaan	112
4.3.3 Kepuasan Pelanggan.....	113
4.3.4 Loyalitas Pelanggan.....	114
4.4 Analisis SEM-PLS	115
4.4.1 Pengukuran Model.....	116

4.4.2 Uji <i>Outer Model</i> (Uji Validitas dan Reliabilitas)	118
1. <i>Convergent Validity</i>	118
2. <i>Discriminant Validity</i>	123
3. <i>Cronbach's Alpha and Composite Reliability</i>	124
4.4.3 Uji <i>Inner Model</i>	125
1. <i>R-Square</i>	125
2. <i>F-Square</i>	126
3. <i>Q-Square</i>	127
4. <i>Path Coefficient</i>	128
4.4.4 Uji Hipotesis (<i>Bootstrapping</i>)	129
4.4.5 Analisis SEM dengan Efek Mediasi	133
4.5 Pembahasan Pengujian Hipotesis	135
4.5.1 Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan layanan Go-Food di DKI Jakarta	135
4.5.2 Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Pelanggan layanan Go-Food di DKI Jakarta	136
4.5.3 Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan layanan Go-Food di DKI Jakarta	136
4.5.4 Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Loyalitas Pelanggan layanan Go-Food di DKI Jakarta	137
4.5.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan layanan Go-Food di DKI Jakarta	138
4.5.6 Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan yang Berdampak pada Loyalitas Pelanggan layanan Go- Food di DKI Jakarta	139
4.4.7 Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Pelanggan yang Berdampak pada Loyalitas Pelanggan layanan Go-Food di DKI Jakarta	140
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	142
5.1 Kesimpulan	142
5.2 Saran	143
DAFTAR PUSTAKA	146
LAMPIRAN	152

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia	2
Tabel 1.2 Nilai Transaksi Layanan Go-Food di Indonesia	8
Tabel 1.3 Ulasan Negatif Pengguna Layanan Go-Food	13
Tabel 1.4 Perbandingan Harga Layanan Pesan Antar Makanan.....	18
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	55
Tabel 3.1 Operasional Variabel	75
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i>	85
Tabel 3.3 Rentang Skala	86
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	104
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	104
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	105
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	106
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Rata-rata per Bulan	107
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	108
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Menggunakan Layanan Go-Food	109
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Kali Responden Menggunakan Layanan Go-Food dalam 2 Bulan Terakhir	110
Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Variabel Harga.....	112
Tabel 4.10 Analisis Deskriptif Variabel Kemudahan Penggunaan	113
Tabel 4.11 Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan	114
Tabel 4.12 Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan.....	115
Tabel 4.13 Hasil Awal <i>Outer Loading</i>	119
Tabel 4.14 Uji <i>Convergent Validity</i>	122
Tabel 4.15 Uji <i>Discriminant Validity</i>	123
Tabel 4.16 Uji <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	124
Tabel 4.17 Uji <i>R-Square</i>	126

Tabel 4.18	Uji <i>F-Square</i>	127
Tabel 4.19	Uji <i>Q-Square</i>	128
Tabel 4.20	Uji <i>Path Coefficient</i>	128
Tabel 4.21	Uji Hipotesis <i>Bootstrapping</i>	131
Tabel 4.22	Uji <i>T-Statistics</i> dengan Efek Mediasi	133



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Persentase Penggunaan Layanan Pesan Antar Makanan di Indonesia	4
Gambar 1.2 Frekuensi Penggunaan Layanan Pesan Antar Makanan	5
Gambar 1.3 Layanan Pesan Antar Makanan Terpopuler di Indonesia	6
Gambar 1.4 <i>Rating</i> Pengguna Layanan Go-Food	10
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	69
Gambar 2.2 Paradigma Penelitian	72
Gambar 4.1 Logo Gojek	99
Gambar 4.2 Model Awal Penelitian	117
Gambar 4.3 Uji <i>Convergent Validity</i>	121
Gambar 4.4 Uji Hipotesis <i>Bootstrapping</i>	130

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 <i>Rating dan Ulasan Pengguna Layanan Go-Food</i>	153
Lampiran 2 Gambar Penyebaran Kuesioner melalui Whatsapp dan Instagram	161
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian.....	162
Lampiran 4 Profil Responden	171
Lampiran 5 Tabulasi Data Harga	190
Lampiran 6 Tabulasi Data Kemudahan Penggunaan.....	193
Lampiran 7 Tabulasi Data Kepuasan Pelanggan	196
Lampiran 8 Tabulasi Data Loyalitas Pelanggan	199
Lampiran 9 Analisis Deskriptif Variabel Harga	202
Lampiran 10 Analisis Deskriptif Variabel Kemudahan Penggunaan	206
Lampiran 11 Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan.....	211
Lampiran 12 Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan	214
Lampiran 13 Hasil Uji Awal <i>Outer Loading</i>	218
Lampiran 14 Hasil Uji <i>Convergent Validity – Outer Loading</i>	219
Lampiran 15 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i>	220
Lampiran 16 Hasil Uji <i>Composite Reliability, Cronbach's Alpha dan Average Variance Extracted (AVE)</i>	221
Lampiran 17 Hasil Uji <i>R-Square</i>	222
Lampiran 18 Hasil Uji <i>F-Square</i>	223
Lampiran 19 Hasil Uji <i>Q-Square</i>	224
Lampiran 20 Hasil Uji <i>Path Coefficient</i>	225
Lampiran 21 Hasil <i>Specific Indirect Effect</i>	226
Lampiran 22 Jadwal Konsultasi Bimbingan Skripsi.....	227
Lampiran 23 Daftar Riwayat Hidup.....	228