

ABSTRAK

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi S-1 Manajemen
2021

Aulia Fakhriansyah
120.2017.039

Analisis Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Pelayanan Produk Grab Food Terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen Didaerah Jakarta dan Tinjauanya dalam Sudut Pandang Islam.

RINGKASAN

Seiring berkembangnya zaman yang diikuti dengan perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat, memberikan dampak yang positif bagi pengguna. Bisnis yang berkembang pesat pada saat ini ialah bisnis jasa transportasi berbasis online ialah Grab. Salah satu layanan Grab yang berkembang pesat pada saat ini yaitu GrabFood. Di masa pandemi ini GrabFood sangat membantu dalam pemesanan makanan dan minuman dengan berbagai pilihan resto yang diinginkan tanpa perlu mengunjungi resto dan tanpa mengantri.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa Promosi, Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam memilih GrabFood di Kota Jakarta. Dan untuk menganalisa Promosi, Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen dalam memilih GrabFood di Kota Jakarta. Metode pada penelitian ini menggunakan *Partial Least Square* (PLS), metode PLS digunakan untuk menganalisa seberapa besar pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi pada pengguna GrabFood di Kota Jakarta.

Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa promosi, harga memiliki pengaruh yang signifikan dan kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen layanan GrabFood di Kota Jakarta. Promosi, harga memiliki pengaruh yang signifikan dan kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi konsumen layanan GrabFood di Kota Jakarta. Menurut pandangan Islam promosi, harga, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen Grabfood di Kota Jakarta sudah sejalan dengan prinsip-prinsip Islam,

Kata Kunci: GrabFood, promosi, harga, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen.

ABSTRACT

*Faculty Of Economy And Bussiness
Study Program S-1 Management
2021*

**Aulia Fakhriansyah
120.2017.039**

Analysis of the Effect of Promotion, Price dan Serice Quality of Grab Food Products on Condumer Satisfication and Consumer Loyalty in the Jakarta Area.

SUMMARY

Along with the development of the era followed by the development of information technology very rapidly, giving a positive impact for users. The business that is growing rapidly at this time is the online-based transportation service business, namely grab. One of the Grab services that is growing rapidly at this time is GrabFood. During this pandemic, GrabFood is very helpful in ordering food and drinks with a variety of desired restaurant options without the need to visit a restaurant and without waiting in line.

The purpose of this study is to analyze Promotion, Price and Service Quality affect consumer satisfaction in choosing GrabFood in the City of Jakarta. And to analyze Promotion, Price and Service Quality affect consumer loyalty through consumer satisfaction in choosing GrabFood in the City of Jakarta. The method in this study uses Partial Least Square (PLS), the PLS method is used to analyze how much influence Promotion, Price and Service Quality have on consumer satisfaction and on consumer loyalty through consumer satisfaction as a mediating variable for GrabFood users in the city of Jakarta.

The results of this study indicate that promotion, price has a significant effect and service quality does not have a significant and positive effect on consumer satisfaction with GrabFood services in the city of Jakarta. Promotion, price has a significant effect and service quality does not have a significant effect on consumer loyalty through consumer satisfaction as a mediating variable for GrabFood service consumers in the city of Jakarta. According to the Islamic view, promotion, price, and service quality on consumer loyalty through Grabfood's consumer satisfaction in the City of Jakarta are in line with Islamic principles,

Keywords: *GrabFood, promotion, price, service quality, customer satisfaction, consumer loyalty.*