

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN
HARGA TERHADAP LOYALITAS MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN GRABFOOD**

SKRIPSI

ALIF FARHAN CHERIAGI

21170000376



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA**

JAKARTA

2021

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN
HARGA TERHADAP LOYALITAS MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN GRABFOOD**

SKRIPSI

ALIF FARHAN CHERIAGI

21170000376



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA**

2021

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN PELANGGAN GRABFOOD

yang dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh ini yang saya ketahui bukan merupakan duplikasi, tiruan, atau plagiat dari karya ilmiah yang telah dipublikasikan dan atau pernah digunakan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya telah dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur duplikasi, tiruan atau plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 4 Agustus 2021



Alif Farhan Cheriagi
NPM 21170000376

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul:

PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN PELANGGAN GRABFOOD

disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Rama Chandra,SE., ME dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat skripsi pada Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 4 Agustus 2021

Pembimbing,

Kepala Program Studi S-1Manajemen,



Rama Chandra, SE., ME



Muhammad Ramaditya,BBA., MSc.

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN PELANGGAN GRABFOOD

Telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 16 Agustus 2021 dengan nilai **A**

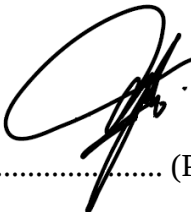
Panitia Ujian Skripsi:

1. Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc

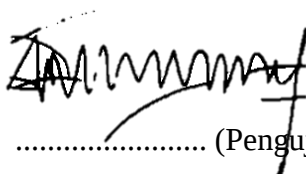


(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)

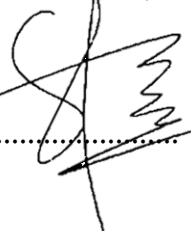
2. Rama Chandra, SE., ME


..... (Pembimbing)

3. Farmansjah Maliki, SE., MM


..... (Penguji I)

4. Irfan Polem, SE., MM


..... (Penguji II)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT atas berkat dan karunia- Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta.

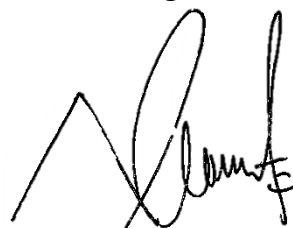
Skripsi ini dapat diselesaikan atas bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat teratasi. Pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih yang setulusnya kepada:

1. Bapak Rama Chandra, SE., ME selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, pikiran dan tenaga untuk mengarahkan penelitian dalam menyusun skripsi ini.
2. Bapak Farmansjah Maliki, SE., MM dan Bapak Irfan Polem, SE., MM selaku Dosen Penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga dalam memberikan saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
4. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc. selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen.
5. Segenap Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan sehingga peneliti dapat menyelesaikan studi dan menyelesaikan skripsi ini.
6. Segenap Dosen di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), atas ilmu yang telah diberikan selama perkuliahan.
7. Kepada orang tua peneliti (Ayah Agus Setiawan dan Bunda Fitrawati) serta adik Rifat Ikbar Ferreno yang selalu memberikan doa, dorongan dan semangat selama

- menyelesaikan skripsi.
8. Kepada Oktavia Wibowo yang telah memberikan doa dan semangat selama peneliti menyelesaikan skripsi ini. Sehingga, peneliti dapat bersemangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
 9. Kepada teman seperjuangan skripsi Fahira M. Yunus, Ryan Rezky dan Christian yang telah bersedia menjadi teman untuk berdiskusi, memberikan masukan dan saran, serta semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
 10. Kepada “Keluarga Muhtadi”, Nabil, Andi, Ayu, Bang Bay, Clarinta, Raihan dan Yogi yang telah membantu dan menemani peneliti selama kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
 11. Serta pihak – pihak lain yang tidak bisa peneliti ucapkan satu per satu. Terima kasih atas doa dan bantuannya dalam proses penyusunan penelitian ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa di dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini.

Jakarta, 4 Agustus 2021



Alif Farhan Cheriagi

NPM 21160000242

Alif Farhan Cheriagi 21170000376 Program Studi S-1 Manajemen	Dosen Pembimbing : Rama Chandra, SE., ME
PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN PELANGGAN GRABFOOD	
ABSTRAK Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan dan harga terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan Grabfood Metode yang digunakan adalah metode pengumpulan data melalui kuesioner yang diukur dengan menggunakan diagram skala <i>likert</i>. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik <i>purposive sampling</i> dengan kriteria pelanggan yang pernah menggunakan <i>online food delivery</i> Grabfood pada bulan Mei sampai Juni 2021 berjumlah 100 responden. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif menggunakan strategi asosiatif dengan perhitungan statistika deskriptif dan koefisien jalur (<i>path coefficients</i>) menggunakan <i>software</i> WarpPLS versi 7.0. Hasil dari penelitian ini menyatakan terdapat pengaruh langsung kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 25%. Terdapat pengaruh langsung harga terhadap kepuasan pelanggan sebesar 56,7%. Terdapat pengaruh terhadap kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 72.4%. Sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh langsung kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pelanggan, harga terhadap kepuasan pelanggan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Terdapat efek mediasi antara kemudahan penggunaan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan dan harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sehingga hal ini menyiratkan kepuasan pelanggan bukan satu-satunya variabel yang dapat memediasi pengaruh kemudahan penggunaan dengan loyalitas pelanggan	
Kata Kunci: Kemudahan Penggunaan, Harga, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan	

Alif Farhan Cheriagi 21170000376 S-1 Management Study Program	Supervisor: Rama Chandra, SE., ME
THE EFFECT OF EASE OF USE AND PRICE ON LOYALTY THROUGH GRABFOOD CUSTOMER SATISFACTION	
ABSTRACT The purpose of this study is to determine The Effect Of Ease Of Use And Price On Loyalty Through Grabfood Customer Satisfaction The method used is a method of collecting data through questionnaires that are measured using <i>a likertscalechart</i>. Sampling method using <i>purposive sampling</i> technique with the criteria of customers who have used Grabfood <i>online food delivery</i> in May untill June 2021 amounted to 100 respondents. This research is quantitative research using associative strategies with descriptive statistical calculations and coefficients of pathways (<i>path coefficients</i>)using WarpPLS software version 7.0. The results of this study stated that there is a direct influence of ease of use on customer satisfaction by 25%. There is a direct influence of price on customer satisfaction of 56.7%. There was an impact on customer satisfaction on customer loyalty of 72.4%. There was a 35.9% effect of e-trust on <i>e-loyalty</i>. So it can be concluded that there is a direct influence on ease of use on customer satisfaction, price to customer satisfaction, and customer satisfaction to customer loyalty. Thereis a mediation effect between ease of use to customer loyalty through customer satisfaction and price to customer loyalty so that this hal implies customer satisfaction is not the only variable that can mediate the influence of ease of use with customer loyalty	
Keyword: Kemudahan Penggunaan, Harga, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan	

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
Daftar Tabel.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
Halaman	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	6
2.1 Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu	6
2.2 Loyalitas Pelanggan.....	12
2.2.1 Kepuasan Pelanggan.....	14
2.2.2 Harga	16
2.2.3 Kemudahan Penggunaan	19
2.3 Keterkaitan Antar Variabel Penelitian	20
2.3.1 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Pelanggan	20
2.3.2 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	20
2.3.3 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan...	20
2.3.4 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan	21
2.3.5 Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan	21
2.4. Hipotesis	21

2.5 Kerangka Konseptual	22
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
3.1 Jenis Penelitian	23
3.2 Populasi dan Sampel.....	23
3.2.1 Sampel Penelitian	23
3.3 Data dan Metode Pengumpulan Data	24
3.4 Operasional Variabel	25
3.5. Metode Analisis Data	28
3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	28
3.5.2 Analisis Jawaban Responden	28
3.5.3 Analisis Jalur	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	35
4.2. Analisis Statistika Deskriptif.....	36
4.2.1. Deskripsi Responden	36
4.2.2. Deskripsi Jawaban Responden	39
4.3. Analisis Jalur	42
4.3.1. Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	42
4.3.2. Analisis Inner Model	45
4.3.3. Uji Hipotesis dan Analisis Pengaruh Langsung	47
4.3.4. Uji Hipotesis dan Analisis Pengaruh Tidak Langsung.....	50
4.4. Rangkuman Hasil Penelitian	51
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	52
5.1 Simpulan.....	52
5.2 Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA.....	54

Daftar Tabel

Tabel 3.1 Penilaian Skala Likert.....	21
Tabel 3.2 Sub Indikator, Indikator, dan Variabel Penelitian.....	26
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, Usia dan Status.....	41
Tabel 4.2 Jumlah Pemakaian Grabfood dalam Sebulan.....	42
Tabel 4.3 Indeks Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	43
Tabel 4.4 Indeks Persepsi Harga.....	44
Tabel 4.5 Indeks Persepsi Kepuasan Pelanggan.....	45
Tabel 4.6 Indeks Persepsi Loyalitas Pelanggan.....	46
Tabel 4.7 Nilai Loading Variabel Reflektif.....	47
Tabel 4.8 Composite realibility.....	48
Tabel 4.9 Square roots of average variances extracted (AVEs) and correlagtion....	48
Tabel 4.10 Model fit indeks.....	49
Tabel 4.11 R-squared contributions.....	50
Tabel 4.12 Koefisien Jalur dan Koefisien Determinasi.....	52
Tabel 4.13 Koefisien Jalur dan Koefisien Determinasi.....	52
Tabel 4.14 Koefisien Jalur dan Koefisien Determinasi.....	53
Tabel 4.15 Koefisien Jalur dan Koefisien Determinasi.....	54
Tabel 4.16 Koefisien Jalur dan Koefisien Determinasi.....	55

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1 Daftar Kuisisioner	51
Lampiran 2 Tabulasi Item Kuisisioner	61
Lampiran 3 Data Sampel.....	62
Lampiran 4 <i>Output</i> WarpPLS 7.0	65
Lampiran 5 Surat Keterangan Riset	71
Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup.....	72