

**PENGARUH *PERCEIVED PRICE*, *PRODUCT QUALITY*, DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *CONSUMER SATISFACTION* DALAM
MEMPENGARUHI *CONSUMER LOYALTY* PENGGUNA *ONLINE FOOD DELIVERY***

SABRINA ARDIANTI

1705621116



Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2025**

THE INFLUENCE OF PERCEIVED PRICE, PRODUCT QUALITY, AND E-SERVICE QUALITY ON CONSUMER SATISFACTION IN AFFECTING CONSUMER LOYALTY AMONG ONLINE FOOD DELIVERY USERS

SABRINA ARDIANTI

1705621116



This paper is written as one of the requirement for getting a Bachelor Degree of Management at the Faculty of Economics, State University of Jakarta

STUDY PROGRAM OF S1 MANAGEMENT

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2025

ABSTRAK

Sabrina Ardianti, 2025; Pengaruh *Perceived Price*, *Product Quality*, dan *E-Service Quality* Terhadap *Consumer Satisfaction* Dalam Mempengaruhi *Consumer Loyalty* Pengguna *Online Food Delivery*. Skripsi, Jakarta: Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta, Tim Pembimbing: Prof. Dr. Gatot Nazir Ahmad, M.Si & Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *perceived price*, *product quality*, dan *e-service quality* terhadap *consumer satisfaction* dalam mempengaruhi *consumer loyalty* pengguna layanan *online food delivery*. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif menggunakan metode *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS) untuk mengidentifikasi hubungan antarvariabel. Teknik analisis yang digunakan untuk mengolah data yang terkumpul mencakup uji inner model, uji outer model, dan pengujian hipotesis. Data dikumpulkan melalui survei online terhadap 254 mahasiswa di Jakarta berusia 18-25 tahun dengan kriteria telah menggunakan layanan OFD minimal tiga kali dalam enam bulan terakhir yang dipilih menggunakan metode *non-probability purposive sampling*. Instrumen yang digunakan berupa kuesioner berbasis skala Likert 6 poin. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived price*, *product quality*, dan *e-service quality* memiliki pengaruh signifikan terhadap *consumer satisfaction*. Faktor-faktor ini berkontribusi dalam membentuk kepuasan pelanggan melalui *perceived price*, *product quality*, serta *e-service quality*. Di antara ketiga faktor tersebut, *product quality* ditemukan sebagai determinan utama dalam memengaruhi kepuasan konsumen. Selain itu, *consumer satisfaction* memiliki hubungan langsung yang kuat dengan *consumer loyalty*, di mana konsumen yang puas lebih cenderung terus menggunakan layanan OFD yang sama dan merekomendasikannya kepada orang lain. Penelitian ini memberikan kontribusi praktis bagi penyedia layanan OFD dalam meningkatkan kualitas produk, optimalisasi layanan digital, serta penyesuaian harga agar lebih kompetitif guna menarik dan mempertahankan pelanggan. Temuan ini juga dapat menjadi referensi bagi pelaku industri dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif untuk meningkatkan retensi pelanggan. Secara teoretis, penelitian ini memperkaya literatur terkait perilaku konsumen di era digital, khususnya dalam konteks layanan OFD yang semakin berkembang dan menjadi bagian penting dari gaya hidup modern mahasiswa.

Kata kunci: *Perceived Price*, *Product Quality*, *E-Service Quality*, *Consumer Satisfaction*, *Consumer Loyalty*.

ABSTRACT

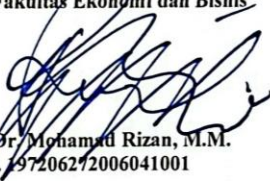
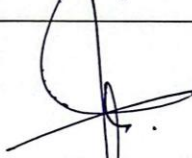
Sabrina Ardianti, 2025; *The Influence of Perceived Price, Product Quality, and E-Service Quality on Consumer Satisfaction in Affecting Consumer Loyalty Among Online Food Delivery Users*. Thesis, Jakarta: Bachelor of Management Program, Faculty of Economics and Business, Universitas Negeri Jakarta, Supervising Committee: Prof. Dr. Gatot Nazir Ahmad, M.Si & Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A.

This study aims to analyze the influence of perceived price, product quality, and e-service quality on consumer satisfaction in shaping consumer loyalty among users of online food delivery (OFD) services. The research employs a quantitative approach using the Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) method to identify the relationships between variables. The data analysis techniques used include inner model testing, outer model testing, and hypothesis testing. Data was collected through an online survey of 254 students in Jakarta, aged 18-25, who had used OFD services at least three times in the past six months, selected using a non-probability purposive sampling method. The research instrument was a questionnaire based on a six-point Likert scale. The findings reveal that perceived price, product quality, and e-service quality significantly influence consumer satisfaction. These factors contribute to customer satisfaction through perceived price, product quality, and e-service quality. Among these factors, product quality was identified as the primary determinant affecting consumer satisfaction. Moreover, consumer satisfaction has a strong direct relationship with consumer loyalty, as satisfied consumers are more likely to continue using the same OFD service and recommend it to others. This study provides practical contributions for OFD service providers in improving product quality, optimizing digital services, and adjusting pricing strategies to be more competitive in attracting and retaining customers. These findings can also serve as a reference for industry players in designing more effective marketing strategies to enhance customer retention. Theoretically, this research enriches the literature on consumer behavior in the digital era, particularly in the context of OFD services, which continue to grow and have become an integral part of students' modern lifestyles.

Keywords: Perceived Price, Product Quality, E-Service Quality, Consumer Satisfaction, Consumer Loyalty.

Intelligentia - Dignitas

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI Penanggungjawab Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M. NIP. 197206272006041001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Prof. Agung Dharmawan Buchdadi, M.M., Ph.D. NIP. 197509162006041001 (Ketua Sidang/Seminar)		12/02 2025
2	Titis Fatarina Mahfirah, S.E., M.S.M NIP. 198905022022032011 (Penguji 1)		12/02 2025
3	Andi Muhammad Sadat, S.E., M.Si., Ph.D NIP. 197412212008121001 (Penguji 2)		12/02 2025
4	Prof. Gatot Nazir Ahmad, M.Si NIP. 197205062006041002 (Pembimbing 1)		12/02 2025
5	Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A NIP. 199111022022032013 (Pembimbing 2)		12/02 2025
Nama : Sabrina Ardianti No. Registrasi : 1705621116 Program Studi : SI Manajemen Tanggal Lulus : 07 Februari 2025			

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini peneliti menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya ilmiah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 21 Februari 2025

Yang Membuat Pernyataan

Sabrina Ardianti

NIM.1705621116

Intelligentia - Dignitas

KATA PENGANTAR

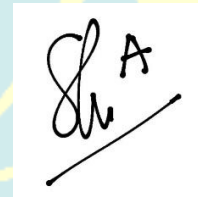
Alhamdulillah, segala puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas limpahan Rahmat dan Hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir perkuliahan berupa skripsi dengan judul “Pengaruh *Perceived Price, Product Quality, Dan E-Service Quality Terhadap Consumer Satisfaction Dalam Membangun Consumer Loyalty Pengguna Online Food Delivery*”. Tujuan penulisan skripsi ini yaitu untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan jenjang Pendidikan S-1 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta. Selama proses penyusunan, penulis banyak mendapatkan bimbingan, kritik, saran, dan motivasi yang sangat besar dari beberapa pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta.
2. Bapak Dr. M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A., selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen.
3. Bapak Prof. Dr. Gatot Nazir Ahmad, M.Si., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta masukan kepada penulis pada proses penyusunan skripsi.
4. Ibu Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A, selaku Dosen Pembimbing II yang senantiasa memberikan bimbingan, arahan, serta saran dan masukan kepada penulis pada proses penyusunan skripsi.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta yang telah banyak memberikan ilmu yang bermanfaat.
6. Ayah, Bunda, Agma, Aidah, dan Abil, yang selalu memberikan doa tiada henti, serta pengorbanan, kesabaran, dan kasih sayang yang selalu diberikan untuk keberhasilan penulis.
7. Nenek, Kakek, Om, Tante, dan Sepupu, terima kasih atas kehadiran kalian yang selalu menjadi sumber kekuatan dan hiburan bagi penulis, baik melalui obrolan sederhana, motivasi, maupun bantuan kecil bagi penulis.

8. Naomi, Bigel, Della, April, Nabila, dan Caca, terima kasih atas semangat, kebersamaan, dan segala bantuan yang telah kalian berikan selama masa perkuliahan dan proses penyusunan skripsi ini.
9. M. Shidqie Azrasyah, terima kasih atas dukungan, waktu, pengertian, serta menjadi tempat berbagi cerita yang selalu ada bagi penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan untuk perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang Manajemen.

Jakarta, 23 Januari 2025



Sabrina Ardianti

NIM. 1705621116

Intelligentia - Dignitas