

ABSTRAK

Peneliti tertarik untuk dapat melakukan penelitian berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Layanan Pengantaran Makanan (Studi Kasus GrabFood Di Kota Bandung)”. jenis di dalam penelitian ini adalah Causal Explanatory. Populasi dalam penelitian ini adalah Pengguna layanan GrabFood Di Kota Bandung. Sampel yang akan digunakan adalah Pengguna layanan GrabFood Di Kota Bandung yang sudah menggunakan aplikasi lebih dari 1 tahun. Penelitian ini menggunakan non-probability sampling dengan metode purposive sampling.

Dari hasil penelitian, terdapat pengaruh dari Kualitas Pelayanan (Assurance, Responsiveness, Empathy, Reliability, Tangibles) secara simultan terhadap Loyalitas Konsumen pada Pengguna layanan GrabFood. Pengaruh antar variabel secara simultan didapat dari nilai Adjusted R Square, dimana pengaruh dari Kualitas Pelayanan (Assurance, Responsiveness, Empathy, Reliability, Tangibles) secara simultan terhadap Loyalitas Konsumen pada Pengguna layanan GrabFood adalah sebesar 83.9%. Dengan demikian, perusahaan perlu terus menerus menjaga kualitas layanan yang diberikan Grabfood tetap baik.



ABSTRACT

Researchers are interested in conducting research entitled "Analysis of the Effect of Service Quality on Consumer Loyalty of Food Delivery Service Users (Case Study of GrabFood in Bandung City)". type in this research is Causal Explanatory. The population in this study were users of the GrabFood service in Bandung. The sample to be used is GrabFood service users in Bandung who have used the application for more than 1 year. This study uses non-probability sampling with a purposive sampling method.

From the research results, there is a simultaneous influence of Service Quality (Assurance, Responsiveness, Empathy, Reliability, Tangibles) on Consumer Loyalty to GrabFood Service Users. The simultaneous influence between variables is obtained from the value of Adjusted R Square, where the effect of Service Quality (Assurance, Responsiveness, Empathy, Reliability, Tangibles) simultaneously on Consumer Loyalty to GrabFood service users is 83.9%. Thus, the company needs to continue to maintain the good quality of services provided by Grabfood.



DAFTAR PUSTAKA

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS KRIPSI	ii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	iv
SURAT KETERANGAN	v
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
BAB: PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang Masalah.....	1
1.2.Rumusan Masalah	7
1.3.Tujuan Penelitian	8
1.4.Kegunaan Penelitian.....	9
BAB II: TINJAUAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	10
2.1. Tinjauan Teori.....	10
2.1.1. Majemen pemasaran.....	10
2.1.2. Jasa	11
2.1.3. Bauran Jasa.....	13
2.1.4. Kualitas Pelayanan (Service Quality)	17
2.1.5. Perilaku Konsumen	22
2.1.6. Loyalitas Konsumen.....	24
2.2. Kerangka Teori.....	27
2.3. Kerangka Pemikiran.....	28

2.4. Pengembangan Hipotesis	29
2.4.1.pengaruh dari Bukti fisik (tangible) terhadap Loyalitas Konsumen pada Pengguna layanan GrabFood	29
2.4.2.pengaruh dari Keandalan (reliability) terhadap Loyalitas Konsumen pada Pengguna layanan GrabFood	29
2.4.3.pengaruh dari Daya tanggap (responsiveness) terhadap Loyalitas Konsumen pada Pengguna layanan GrabFood	29
2.4.4.pengaruh dari Jaminan kepastian (assurance) terhadap Loyalitas Konsumen pada Pengguna layanan GrabFood	30
2.4.5. pengaruh dari Empati (empathy) terhadap Loyalitas Konsumen pada Pengguna layanan GrabFood	30
2.4.6. pengaruh dari Kualitas Pelayanan secara simultan terhadap Loyalitas Konsumen pada Pengguna layanan GrabFood	31
2.5. Model Penelitian dan Hipotesis	31
BAB III: METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1. Jenis Penelitian.....	33
3.2. Populasi dan Sampel	33
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	34
3.4. Metode Pengumpulan data.....	37
3.5. Metode Analisis Data.....	38
3.5.1. Uji Validitas	38
3.6. Uji regresi linear berganda.....	41
3.5.1. Uji t (Parsial).....	42
3.5.2.Uji F (Simultan)	43
3.5.3.Uji Determinasi (R ²).....	43
BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1. Hasil Penelitian	44
4.1.1. Gambaran sampel penelitian	44
4.1.2. Uji Instrumen	45

4.1.2.1. Uji Validitas	45
4.1.4.1. Uji regresi linear berganda	50
4.1.4.2. Uji t (Parsial)	51
4.1.4.2.1. Uji t (Parsial) untuk hipotesis H1: Terdapat pengaruh dari Bukti fisik (tangible) terhadap Loyalitas Konsumen pada Pengguna layanan GrabFood	52
4.1.4.3. Uji F (Simultan)	57
4.1.4.4. Uji Determinasi (R ²).....	58
4.2. Pembahasan.....	59
4.2.1. Pengaruh dari Bukti fisik (tangible) terhadap Loyalitas Konsumen pada Pengguna layanan GrabFood	59
4.2.2 pengaruh dari Keandalan (reliability) terhadap Loyalitas Konsumen pada Pengguna layanan GrabFood	60
4.2.3. pengaruh dari Daya tanggap (responsiveness) terhadap Loyalitas Konsumen pada Pengguna layanan GrabFood	60
4.2.4.pengaruh dari Jaminan kepastian (assurance) terhadap Loyalitas Konsumen pada Pengguna layanan GrabFood	61
4.2.5. pengaruh dari Empati (empathy) terhadap Loyalitas Konsumen pada Pengguna layanan GrabFood	62
4.2.6. pengaruh dari Kualitas Pelayanan secara simultan terhadap Loyalitas Konsumen pada Pengguna layanan GrabFood	62
BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN	64
5.1. Simpulan	64
5.2. Implikasi manajerial.....	66
5.3. Keterbatasan penelitian	66
5.4. Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA	68