

**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 thesis 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 SI MANAGEMENT  
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS  
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			
<p><b>Penanggungjawab</b>  <b>Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis</b></p>  <p>Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M.                      NIP. 197206272006041001</p>			
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
<p>Nama : Sabrina Ardianti                      No. Registrasi : 1705621116                      Program Studi : S1 Manajemen                      Tanggal Lulus : 07 Februari 2025</p>			

## PERNYATAAN ORISINALITAS

### 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

## PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://lib.unj.ac.id)

### LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Sabrina Ardianti  
NIM : 1705621116  
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Alamat email : sabrinardianti17@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi     Tesis     Disertasi     Lain-lain (... ..)

yang berjudul :

Pengaruh *Perceived Price*, *Product Quality*, dan *E-Service Quality* Terhadap *Consumer Satisfaction* Dalam Mempengaruhi *Consumer Loyalty* Pengguna *Online Food Delivery*

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 19 Februari 2025

Penulis

(Sabrina Ardianti)

## 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 Mempengaruhi *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*

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian .....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>12</b>
2.1 Teori Pendukung .....	12
2.1.1 <i>Consumer Satisfaction</i> .....	12
2.1.2 <i>Perceived Price</i> .....	15
2.1.3 <i>Product Quality</i> .....	17
2.1.4 <i>E-Service Quality</i> .....	19
2.1.5 <i>Consumer Loyalty</i> .....	20
2.2 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis .....	22

2.2.1	Pengaruh <i>Perceived Price</i> terhadap <i>Consumer Loyalty</i> .....	22
2.2.2	Pengaruh <i>Perceived Price</i> terhadap <i>Consumer Satisfaction</i> .....	23
2.2.3	Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Consumer Satisfaction</i> .....	23
2.2.4	Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Consumer Loyalty</i> .....	24
2.2.5	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>Consumer Satisfaction</i> .....	25
2.2.6	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>Consumer Loyalty</i> .....	25
2.2.7	Pengaruh <i>Consumer Satisfaction</i> terhadap <i>Consumer Loyalty</i> .....	26
2.3	Hipotesis Penelitian .....	27
2.4	Hasil Penelitian yang Relevan.....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>31</b>
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian .....	31
3.2	Desain Penelitian .....	31
3.3	Populasi Dan Sampel.....	31
3.3.1	Populasi .....	31
3.3.2	Sampel.....	32
3.4	Pengembangan Instrumen. ....	33
3.4.1	Variabel Penelitian .....	33
3.4.2	Operasional Variabel.....	34
3.4.3	Skala Pengukuran.....	38
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	39
3.6	Teknik Analisis Data .....	39
3.6.1	Analisis Deskriptif .....	40
3.6.2	Analisa <i>Outer Model</i> .....	40

3.6.3	Analisa <i>Inner Model</i> .....	42
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>45</b>
4.1	Deskripsi Data .....	45
4.1.1	Jenis Kelamin .....	45
4.1.2	Usia .....	45
4.1.3	Pendidikan yang Ditempuh .....	46
4.1.4	Domisili.....	46
4.1.5	Tempat Tinggal Responden .....	47
4.1.6	Uang Saku .....	47
4.1.7	<i>Platform</i> .....	48
4.1.8	Lama Menggunakan Platform OFD.....	49
4.1.9	Deskriptif Variabel.....	49
4.2	Hasil.....	53
4.2.1	Pengujian <i>Outer Model</i> .....	53
4.2.2	Pengujian <i>Inner Model</i> .....	58
4.2.3	Uji Hipotesis .....	60
4.3	Pembahasan .....	62
4.3.1	Pengaruh <i>Perceived Price</i> terhadap <i>Consumer Loyalty</i> pada pengguna OFD .....	62
4.3.2	Pengaruh <i>Perceived Price</i> terhadap <i>Consumer Satisfaction</i> pada pengguna OFD .....	63
4.3.3	Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Consumer Satisfaction</i> pada pengguna OFD .....	65

4.3.4	Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Consumer Satisfaction</i> pada pengguna OFD .....	66
4.3.5	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>Consumer Satisfaction</i> pada pengguna OFD .....	67
4.3.6	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>Consumer Loyalty</i> pada pengguna OFD .....	68
4.3.7	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>Consumer Loyalty</i> pada pengguna OFD .....	69
<b>BAB V PENUTUP</b> .....		<b>71</b>
5.1	Kesimpulan.....	71
5.2	Implikasi.....	72
5.2.1	Implikasi Teoretis.....	72
5.2.2	Implikasi Praktis .....	72
5.3	Keterbatasan Penelitian .....	73
5.4	Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	74
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		<b>75</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....		<b>86</b>

*Intelligentia - Dignitas*

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Proyeksi Nilai Pasar <i>Online Food Delivery</i> 2023-2030.....	2
Gambar 1.2 Frekuensi Pemesanan Makanan di Layanan Pesan Antar Makanan ..	3
Gambar 1.3 Daftar Aplikasi OFD dengan Pengguna Tertinggi di Indoneisa .....	3
Gambar 1.4 Overlap Pengguna Gojek dan Grab di Indonesia.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	27
Gambar 4.1 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> .....	54



*Intelligentia - Dignitas*

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Faktor Memilih Aplikasi/Platform <i>Food Delivery</i> .....	5
Tabel 2.1 Referensi Hipotesis .....	28
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu .....	29
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel .....	34
Tabel 3.2 Skala Likert.....	39
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Kelompok Usia .....	46
Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan yang Ditempuh.....	46
Tabel 4.4 Karakteristik Responden berdasarkan Domisili.....	47
Tabel 4.5 Karakteristik Responden berdasarkan Tempat Tinggal.....	47
Tabel 4.6 Karakteristik Responden berdasarkan Uang Saku.....	48
Tabel 4.7 Karakteristik Responden berdasarkan Platform OFD yang Biasa Digunakan .....	48
Tabel 4.8 Karakteristik Responden berdasarkan Lama Menggunakan Platform OFD.....	49
Tabel 4.9. Deskriptif Variabel <i>Perceived Price</i> .....	49
Tabel 4.10. Deskriptif Variabel <i>Product Quality</i> .....	50
Tabel 4.11. Deskriptif Variabel <i>E-Service Quality</i> .....	51
Tabel 4.12. Deskriptif Variabel <i>Consumer Satisfaction</i> .....	52
Tabel 4.13. Deskriptif Variabel <i>Consumer Loyalty</i> .....	52
Tabel 4.14 Hasil Pengujian AVE .....	56
Tabel 4.15 Hasil Pengujian <i>Cross-Loading</i> .....	56
Tabel 4.16 Hasil Pengujian HTMT.....	57

Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas.....	58
Tabel 4.18 Hasil Uji Multikolinearitas.....	59
Tabel 4.19 Hasil Uji $R^2$ .....	59
Tabel 4.20 Hasil Uji $F^2$ .....	60
Tabel 4.21 Hasil Uji Hipotesis.....	61

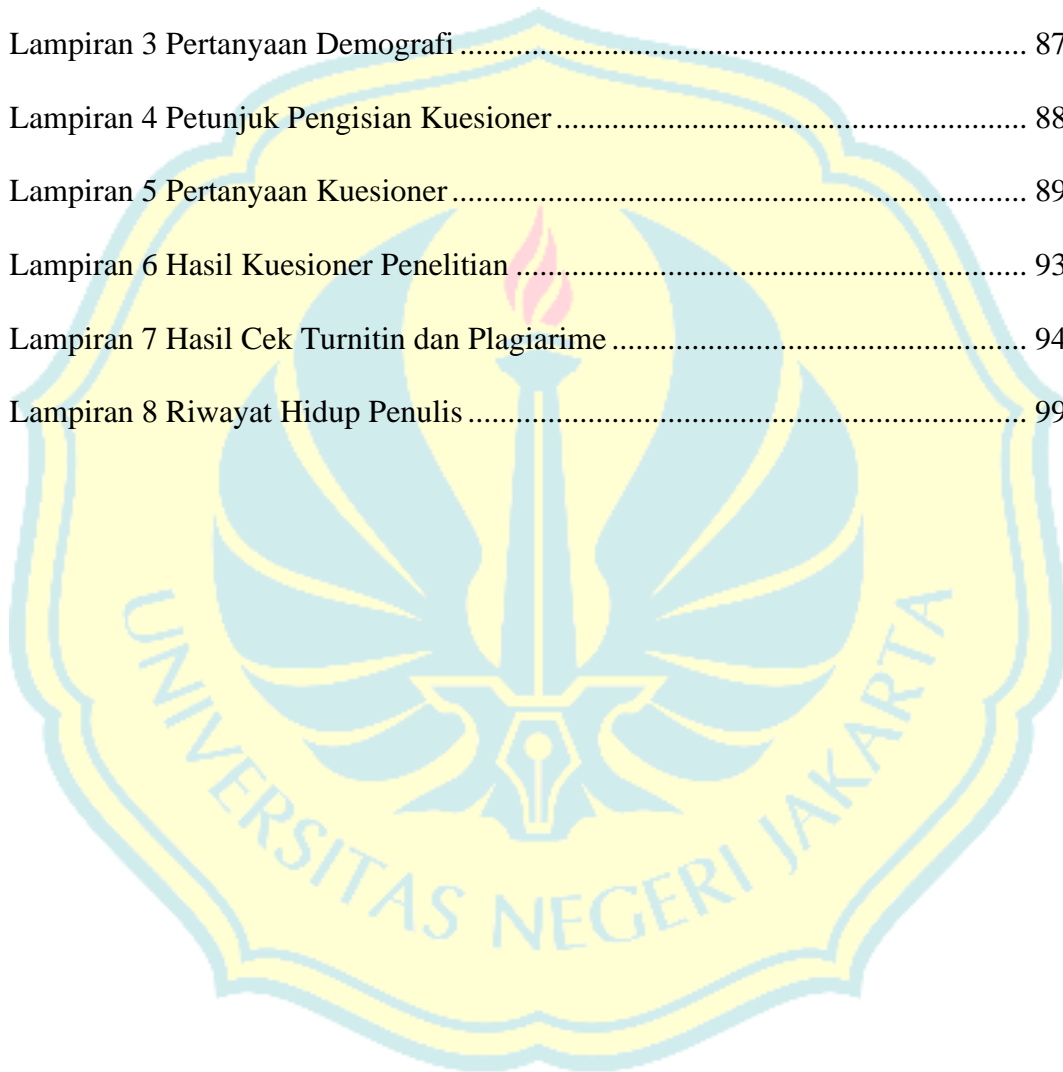


*Intelligentia - Dignitas*



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pembukaan Kuesioner .....	86
Lampiran 2 Pertanyaan Screening .....	86
Lampiran 3 Pertanyaan Demografi .....	87
Lampiran 4 Petunjuk Pengisian Kuesioner .....	88
Lampiran 5 Pertanyaan Kuesioner .....	89
Lampiran 6 Hasil Kuesioner Penelitian .....	93
Lampiran 7 Hasil Cek Turnitin dan Plagiarime .....	94
Lampiran 8 Riwayat Hidup Penulis .....	99



*Intelligentia - Dignitas*