

ABSTRAK

PENGARUH PROMOSI, HARGA, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN APLIKASI GRABFOOD TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA MAHASISWA DI JOMBANG

RILA MAGHFIROH
Nim. 212361201059

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, harga dan kemudahan penggunaan aplikasi grabfood terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa di Jombang. Pengaruh yang ingin diketahui adalah pengaruh signifikan atau tidak. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu metode yang menggunakan penyajian hasil penelitian dalam bentuk angka-angka atau *statistic* serta digunakan untuk menguji variabel independent yaitu promosi, harga dan kemudahan penggunaan dengan variabel dependent kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan populasi sebagai responden, alat uji yang digunakan berupa kuesioner yang dibagikan kepada responden pengguna aplikasi grabfood yang ada di Jombang. Penelitian ini juga menemukan bahwa faktor promosi, harga, dan kemudahan penggunaan memiliki kontribusi yang berbeda terhadap kepuasan pelanggan. Promosi yang menarik, seperti diskon, gratis ongkir, dan bundling produk, menjadi salah satu faktor utama yang meningkatkan minat mahasiswa dalam menggunakan GrabFood. Harga yang kompetitif juga menjadi pertimbangan penting, di mana pelanggan lebih cenderung memilih layanan dengan harga yang sesuai dengan kualitas dan daya beli mereka. Sementara itu, kemudahan penggunaan aplikasi, seperti tampilan yang *user-friendly*, kecepatan akses, serta kemudahan dalam melakukan transaksi pembayaran, berperan besar dalam membentuk pengalaman pelanggan yang positif. Dari hasil pengujian ini dapat disimpulkan bahwa promosi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan kemudahan penggunaan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci : Promosi, Harga, Kemudahan Penggunaan, Grabfood, Mahasiswa

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PROMOTION, PRICE, AND EASE OF USE OF THE GRABFOOD APPLICATION ON CUSTOMER SATISFACTION AMONG STUDENTS IN JOMBANG

RILA MAGHFIROH

Nim. 212361201059

This study aims to determine the effect of promotion, price and ease of use of the grabfood application on customer satisfaction for students in Jombang. The influence you want to know is a significant influence or not. This type of research uses a quantitative approach, namely a method that uses the presentation of research results in the form of numbers or statistics and is used to test the independent variables, namely promotion, price and ease of use with the dependent variable customer satisfaction. This study uses the population as respondents, the test tool used is a questionnaire distributed to respondents who use the grabfood application in Jombang. This study also found that promotional factors, price, and ease of use have different contributions to customer satisfaction. Attractive promotions, such as discounts, free shipping, and product bundling, are one of the main factors that increase students' interest in using GrabFood. Competitive pricing is also an important consideration, where customers are more likely to choose services with prices that match their quality and purchasing power. Meanwhile, the ease of use of the application, such as user-friendly appearance, speed of access, and ease of making payment transactions, plays a major role in shaping a positive customer experience. From the results of this test, it can be concluded that promotion has a significant effect on customer experience.

Keywords: Promotion, Price, Ease of Use, Grabfood, Students