

## ABSTRAK

Kemajuan teknologi memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan karena memiliki banyak manfaat yang bisa dirasakan. Layanan *food delivery* hal yang dibutuhkan dan digemari oleh konsumen khususnya masyarakat Indonesia. Karena pada dasarnya pangan adalah kebutuhan yang paling utama bagi manusia. Untuk mencapai kesuksesan dalam suatu bisnis salah satu faktornya adalah memiliki pelanggan yang loyal. Maka agar mencapai pelanggan yang loyal memiliki beberapa faktor yang mempengaruhi diantaranya adalah kualitas pelayanan, harga dan promosi pada suatu merek tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap loyalitas pelanggan GoFood.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan skala likert sebagai pengukuran. Populasi yang dimiliki pada penelitian ini adalah pengguna GoFood dengan sampel 150 responden pengguna GoFood yang berdomisili di Kota Bandung. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda yang diolah dengan menggunakan *SPSS 22 For Windows*.

Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan, maka untuk variabel kualitas pelayanan memiliki nilai : 7,090 (to) > 1,65536 ( $\alpha$ ), berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan, untuk variabel harga : 2,912 (to) > 1,65536 ( $\alpha$ ), berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan, dan untuk variabel promosi memiliki nilai : 5,743 (to) > 1,65536 ( $\alpha$ ), berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan. Maka menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, harga dan promosi terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan.

Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial pada variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan yaitu sebesar 35%. Dan pengaruh pada variabel harga terhadap loyalitas pelanggan yaitu sebesar 1%. Dan pengaruh pada variabel promosi terhadap loyalitas pelanggan yaitu sebesar 27%. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh paling utama terhadap loyalitas pelanggan GoFood, dan secara simultan variabel kualitas pelayanan, harga dan promosi memiliki pengaruh sebesar 62,8%.

**Kata Kunci :** Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, Loyalitas Pelanggan