

ABSTRAK

Di era modern ini, pertumbuhan dan perkembangan teknologi sangat berperan dalam kehidupan masyarakat. Pertumbuhan dan perkembangan teknologi dimanfaatkan oleh dunia usaha sebagai sarana untuk mempromosikan dan menjual produk. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, nilai keuntungan, kepuasan pelanggan dan kepercayaan sebagai mediator terhadap penggunaan jasa GrabFood.

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana kualitas pelayanan GrabFood, bagaimana nilai keuntungan GrabFood, dan bagaimana kepuasan pelanggan terhadap GrabFood dan kepercayaan sebagai mediator terhadap GrabFood.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif kausalitas. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode non probability sampling dan jenis non probability yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling, dengan jumlah responden sebanyak 385 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan menggunakan PLS SEM.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai keuntungan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kepercayaan juga akan memediasi hubungan antara kualitas pelayanan, nilai keuntungan, dan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian, GrabFood diharapkan untuk bisa memenuhi sesuai yang dijanjikan dan dipromosikan kepada pelanggan. Hal ini untuk meningkatkan rasa percaya pelanggan GrabFood, karena kepercayaan dapat memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber referensi pada penelitian selanjutnya dan disarankan untuk menambah variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Nilai Keuntungan, Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan