

ABSTRAK

Layanan *Online Food Delivery* kini telah menjadi suatu hal yang dibutuhkan oleh kalangan masyarakat Indonesia, sehingga para layanan OFD kini bersaing untuk mendapatkan konsumen. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan promosi terhadap loyalitas konsumen Shopeefood.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode kuantitatif dan penggunaan skala likert sebagai skala pengukuran dan analisis data menggunakan regresi linear berganda. Dalam penelitian ini menggunakan teknik sampel nonprobability, purposive sampling dan penghitungan dengan rumus bernoulli, kemudian kuesioner disebar kepada 385 responden dan pengolahan data menggunakan SPSS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap loyalitas konsumen pada Shopeefood sebesar 5.311 dan terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap loyalitas konsumen pada Shopeefood 8.225. Kemudian harga dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Shopeefood 123.763. Adapun kontribusi pengaruh dari variabel *independen* harga dan promosi terhadap variabel *dependen* loyalitas konsumen sebesar 39.3% sedangkan sisanya sebesar 60.7% merupakan kontribusi pengaruh dari variabel lain diluar penelitian ini.

Kata Kunci : harga, promosi, loyalitas konsumen