

ABSTRAK

Industri layanan online food delivery menjadi salah satu layanan digital yang paling sering digunakan oleh masyarakat di Indonesia. Nilai transaksi layanan tersebut di Indonesia mencapai sekitar Rp 67,89 triliun pada 2022 sekaligus menjadi yang terbesar di wilayah ASEAN. Mayoritas pengguna layanan online food delivery di dominasi oleh generasi Z dan generasi Milenial dengan mempertimbangkan faktor Harga, Promosi Penjualan, dan Kualitas Layanan dalam pemilihan penyedia jasa online food delivery. Preferensi penggunaan layanan yang digunakan Generasi Z dan Milenial masih di dominasi oleh Grabfood (34%) dan Gofood (46%).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi *Customer Loyalty* pada pengguna layanan Shopee Food yang termasuk kedalam Generasi Z dan Milenial di Kota Bandung. Faktor-faktor yang terindikasi mempengaruhi *Customer Loyalty* Shopee Food adalah *E-Service Quality*, *Sales Promotion*, *Price*, terhadap *Customer Satisfaction*, kemudian terdapat variabel moderator yaitu *Trust* dan *App Design*.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan tujuan deskriptif. Sumber data yang didapatkan pada penelitian ini adalah data primer dengan menyebarkan kuesioner *online* dengan menggunakan skala *likert* kepada para responden yang termasuk kedalam Generasi Z dan Milenial dan pernah menggunakan layanan Shopee Food dan berdomisili di Kota Bandung. Teknik analisis data yang digunakan adalah menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dengan menggunakan software SmartPLS 3.2.9 dan teknik pengambilan data menggunakan teknik purposive sampling.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa E-Service Quality, Sales Promosi, dan Price Perception memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Customer Loyalty melalui Customer Satisfaction sebagai mediasi. Namun, berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, terdapat perbedaan hasil penelitian dimana Trust dan App Design tidak memiliki pengaruh sebagai moderator terhadap hubungan antara variable E-Service Quality terhadap Customer Satisfaction. Pada penelitian sebelumnya, Penelitian dilakukan pada platform yang berbasis Website di negara India, sedangkan penelitian ini dilakukan pada platform Mobile App di Negara Indonesia dimana terdapat perbedaan karakteristik platform serta kondisi demografi yang mempengaruhi kultur dan budaya dimana hal tersebut mempengaruhi pengaruh dari Trust dan App Design yang menjadi variable pada penelitian ini.

Melalui penelitian ini juga dapat mengevaluasi masing-masing indikator variable penelitian pada layanan Shopee Food. Selain itu penelitian juga dapat menjadi panduan Perusahaan untuk meningkatkan Customer Loyalty Perusahaan dari layanan Shopee Food agar dapat bertahan pada persaingan bisnis digital.

Kata Kunci: Kualitas Layanan Elektronik, Promosi Penjualan, Harga, Loyalitas Pelanggan, dan Kepuasan Pelanggan.