

**PENGARUH FOOD QUALITY, ONLINE CUSTOMER
RATING DAN DISKON TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN (PADA LAYANAN GOFOOD DI APLIKASI
GOJEK)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

WANDA ALIF THUSAQDIAH

NIM 4121138

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2025**

**PENGARUH FOOD QUALITY, ONLINE CUSTOMER
RATING DAN DISKON TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN (PADA LAYANAN GOFOOD DI APLIKASI
GOJEK)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

WANDA ALIF THUSAQDIAH

NIM 4121138

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2025**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Wanda Alif Thusaqdiah
NIM : 4121138
Judul Skripsi : **Pengaruh Food Quality, Online Customer Rating dan Diskon Terhadap Kepuasan Pelanggan (Pada Layanan Gofood di Aplikasi Gojek)**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 02 Juni 2025

Yang Menyatakan,



Wanda Alif Thusaqdiah

NIM. 4121138

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 2 (dua) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdri. Wanda Alif Thusaqdiah

Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
c.q. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudara/i:

Nama : **Wanda Alif Thusaqdiah**
NIM : **4121138**
Judul Skripsi : **Pengaruh Food Quality, Online Customer Rating dan Diskon Terhadap Kepuasan Pelanggan (Pada Layanan Gofood di Aplikasi Gojek)**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 02 Juni 2025

Pembimbing,



Ina Mutmainah, M.Ak.

NIP. 199203312019032007



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, www.febi.uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN)

K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara/i:

Nama : **Wanda Alif Thusaqdiah**
NIM : **4121138**
Judul Skripsi : **Pengaruh Food Quality, Online Customer Rating dan Diskon Terhadap Kepuasan Pelanggan (Pada Layanan Gofood di Aplikasi Gojek)**
Dosen Pembimbing : **Ina Mutmainah, M.Ak**

Telah diujikan pada hari Jumat tanggal 20 Juni 2025 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji I

Penguji II

Dr. Mansur Chadi Mursid, M.M

NIP. 198205272011011005

M. Arif Kurniawan, M.M

NIP. 198606182020121007



Pekalongan, 02 Juli 2025
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. H. AM. Kholidz Ma'Shum, M.Ag.

NIP. 197806162003121003

MOTTO

“Akan ada saatnya sesuatu itu menjadi sangat melelahkan,
tetapi jangan menyerah. Bertahanlah sedikit lagi dan itu akan
segera berakhir” -Lay Zhang



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil ‘alamin, dengan rasa syukur atas limpahan rahmat dan karunia yang Allah SWT berikan, karya skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Kedua orang tua saya, Bapak Sunarto dan Ibu Dasripah tersayang terimakasih atas dukungan, kasih sayang dan doa yang tidak pernah terputuskan.
3. Ibu Ina Mutmainah, M.Ak. selaku Dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu diantara kesibukannya untuk memberikan bimbingan, arahan, masukan, dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
4. Seluruh responden mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid, Universitas Pekalongan, Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan yang telah bersedia meluangkan waktunya mengisi kuesioner yang saya bagikan.
5. Sahabat dari semester awal sampai akhir Adinda Risna Sari, Silvi Amelia Sakinah, dan Yonanda Dwi Hansya yang selalu menemani proses perkuliahan dan memberikan semangat dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Seseorang, terimakasih selalu mendengarkan segala keluhan, memberikan banyak *effort* dalam mendampingi penulis dari awal sampai akhir perkuliahan.
7. Dan terakhir, untuk diri saya sendiri Wanda Alif Thusaqdiah terimakasih sudah bertahan sampai detik ini menghadapi asam manis kehidupan, memperjuangkan gelar dengan bekerja paruh waktu sampai lelah fisik dan juga mental, berproses dan tidak menyerah dalam menyelesaikan skripsi ini. Kamu hebat, *I am proud of you!* Semoga banyak hal baik yang datang kedepannya, Aamiin.

ABSTRAK

WANDA ALIF THUSAQDIAH Pengaruh Food Quality, Online Customer Rating Dan Diskon Terhadap Kepuasan Pelanggan (Pada Layanan Gofood Di Aplikasi Gojek)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Food Quality*, *Online Customer Rating* Dan Diskon Terhadap Kepuasan Pelanggan (Pada Layanan Gofood Di Aplikasi Gojek). Studi ini dilakukan pada mahasiswa muslim di tiga perguruan tinggi di Pekalongan, yaitu UIN K.H. Abdurrahman Wahid, Universitas Pekalongan, dan Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan kausal asosiatif. Dengan teknik cluster sampling dan kuesioner untuk mengumpulkan data yang kemudian diolah dengan regresi linear berganda menggunakan bantuan software SPSS 24. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 267 responden.

Hasil penelitian yang didapatkan dengan mengolah data kuesioner responden menunjukkan bahwa (1) variabel *food quality* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang berarti semakin tinggi food quality, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. (2) variabel *online customer rating* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan karena konsumen cenderung mempercayai ulasan dan penilaian dari pengguna lain sebagai indikator keandalan dan kepuasan. (3) variabel diskon berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan karena memberikan nilai tambah dan meningkatkan persepsi keuntungan pelanggan, sehingga meningkatkan kepuasan mereka terhadap layanan yang diterima. 4) dan secara simultan variabel *food quality*, *online customer rating* dan diskon berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini memberikan implikasi terhadap pengembangan ilmu dalam bidang pemasaran digital dan perilaku konsumen, khususnya dalam konteks layanan pesan-antar makanan berbasis aplikasi yang menargetkan segmen mahasiswa.

Kata kunci: *food quality*, *online customer rating*, diskon, kepuasan pelanggan, Gofood.

ABSTRACT

WANDA ALIF THUSAQDIAH Effect of Food Quality, Online Customer Rating and Discounts on Customer Satisfaction (On Gofood Services in the Gojek application).

This study aims to determine the effect of Food Quality, Online Customer Rating and Discounts on Customer Satisfaction (On Gofood Services in the Gojek Application). This study was conducted on muslim students at three universities in Pekalongan, namely UIN K.H. Abdurrahman Wahid, Pekalongan University, and Muhammadiyah Pekajangan University Pekalongan. This study uses quantitative research methods with an associative causal approach. With cluster sampling technique and questionnaires to collect data which was then processed with multiple linear regression using the help of SPSS 24 software. The sample used in this study amounted to 267 respondents.

The research results obtained by processing the respondent's questionnaire data show that (1) the food quality variable has a significant effect on customer satisfaction which means the higher the food quality, the higher the level of customer satisfaction. (2) the online customer rating variable has a significant effect on customer satisfaction because consumers tend to trust reviews and ratings from other users as indicators of reliability and satisfaction. (3) the discount variable has a significant effect on customer satisfaction because it adds value and increases customers' perceived benefits, thereby increasing their satisfaction with the service received. (4) and simultaneously the variables of food quality, online customer rating and discount have a significant effect on customer satisfaction. These findings provide implications for the development of knowledge in the fields of digital marketing and consumer behavior, especially in the context of app-based food delivery services targeting the student segment.

Keywords: food quality, online customer rating, discount, customer satisfaction, Gofood.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT atas segala limpahan ridho, hidayah, dan inayah-Nya sehingga Skripsi dengan judul “Pengaruh Food Quality, Online Customer Rating Dan Diskon Terhadap Kepuasan Pelanggan (Pada Layanan Gofood di Aplikasi Gojek)” dapat terselesaikan dengan baik. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K. H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag., selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Bapak Dr. H. AM. Khafidz Ma'Shum, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Dr. Kuat Ismanto, M.Ag., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Bapak Muhammad Aris Syafi'I, M.E.I., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Ibu Ina Mutmainah, M.Ak., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang bersedia meluangkan waktu, memberikan ilmu dan solusi pada setiap permasalahan dalam penulisan skripsi ini.
6. Ibu Syifa Rohmah, M.M., selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA).
7. Keluarga penulis, Bapak, Ibu, dan Keluarga besar yang selalu memberikan

dukungan dan motivasi.

8. Seluruh responden yang berpartisipasi dan meluangkan waktunya untuk penelitian ini sehingga penelitian ini berjalan lancar.
9. Sahabat dan teman-teman yang telah memberikan dukungan, doa, motivasi, dan membantu dalam menyelesaikan masa studi.

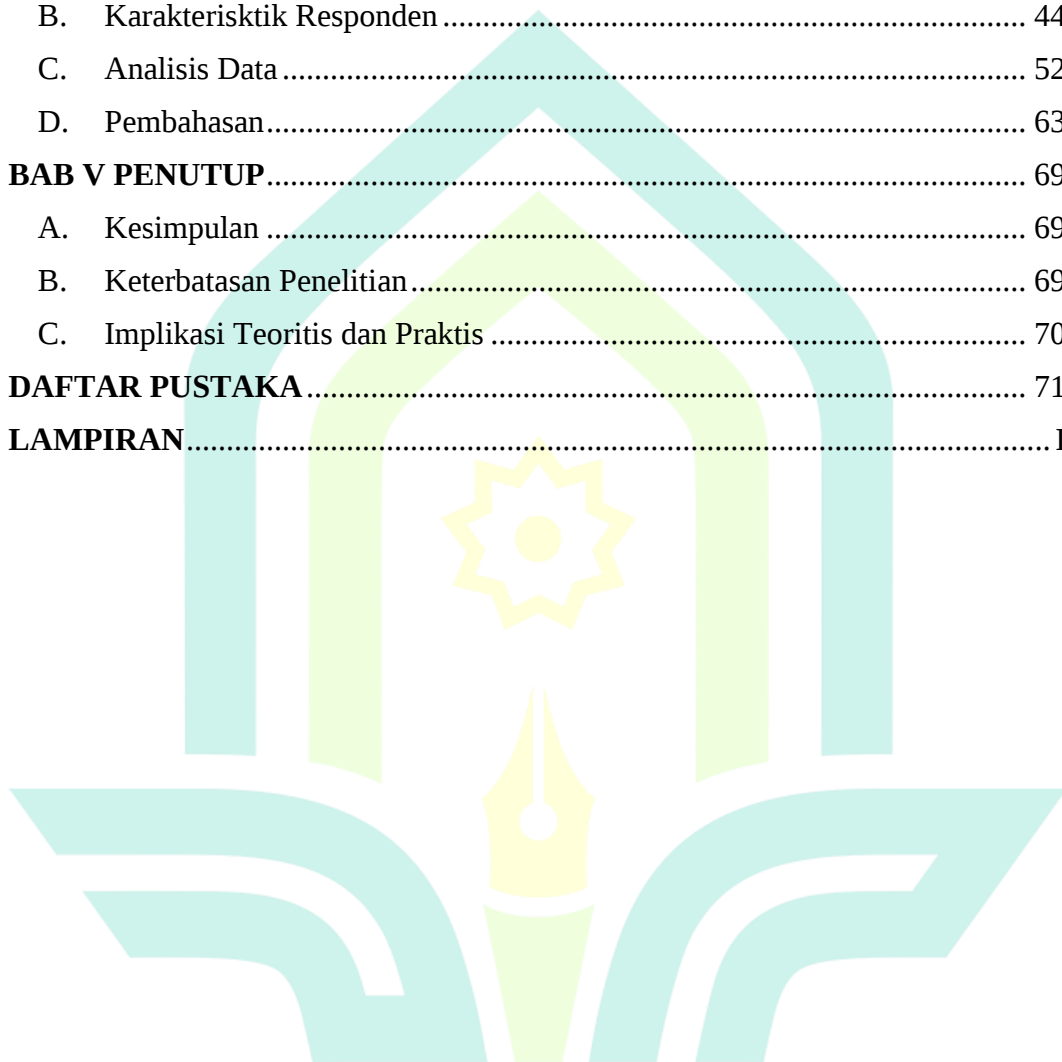
Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.



DAFTAR ISI

JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiii
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR GAMBAR.....	xxii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	8
F. Sistematika Pembahasan	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Landasan Teori.....	10
B. Telaah Pustaka	22
C. Kerangka Teori.....	28
D. Hipotesis.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian.....	32
B. Setting Penelitian	32
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	32
D. Data Dan Sumber Data.....	35

E. Teknik Pengumpulan Data.....	35
F. Variabel Penelitian.....	37
G. Definisi Operasional Variabel.....	37
H. Teknik Analisis Data.....	39
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	44
A. Gambaran Umum Penelitian.....	44
B. Karakteristik Responden.....	44
C. Analisis Data.....	52
D. Pembahasan.....	63
BAB V PENUTUP.....	69
A. Kesimpulan.....	69
B. Keterbatasan Penelitian.....	69
C. Implikasi Teoritis dan Praktis.....	70
DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN.....	I



PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab di lambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Śa	ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	ĥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Şad	ş	es (dengan titik di bawah)

ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	Dammah	U	U

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يَا..	Fathah dan ya	Ai	a dan u
وَا..	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَتَبَ - kataba
فَعَلَ - fa'ala
ذُكِرَ - zukira
يَذْهَبُ - yazhabu
سُئِلَ - su'ila
كَيْفَ - kaifa
هَوَلَ - haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel Transliterasi *Maddah*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أَا..	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
إَا..	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas

و.ُ..	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas
-------	----------------	---	---------------------

Contoh:

قَالَ - qāla
 رَمَى - ramā
 قِيلَ - qīla
 يَقُولُ - yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

الْأَطْفَالُ رَوْضَةٌ - raḍāḥ al-aṭfāl

- raḍatulaṭfāl

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ - al-Madīnah al-Munawwarah

- al-Madīnatul-Munawwarah

طَالِحَةٌ - talḥah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

رَبَّنَا - rabbanā

نَزَّلَ - nazzala

الْبِرُّ - al-birru

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

الرَّجُلُ	- ar-rajulu
السَّيِّدُ	- as-sayyidu
الشَّمْسُ	- as-syamsu
القَلَمُ	- al-qalamu
البَدِيعُ	- al-badī'u
الْجَلَالُ	- al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

تَأْخُذُونَ	- ta'khuẓūna
النَّوْءُ	- an-nau'
شَيْئٌ	- syai'un
إِنَّ	- inna
أَكَلَ	- akala

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ

-Wainnallāhalahuwakhairar-

rāziqīn

-Wainnallāhalahuwakhairrāziqī

بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا

- Bismillāhi majrehā wa

mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ -Alhamdulillāhirabbil al-‘ālamīn

-Alhamdulillāhirabbilil ‘ālamīn

الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ

- Ar-rahmānir rahīm

- Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ

- Allaāhu gafūrun rahīm

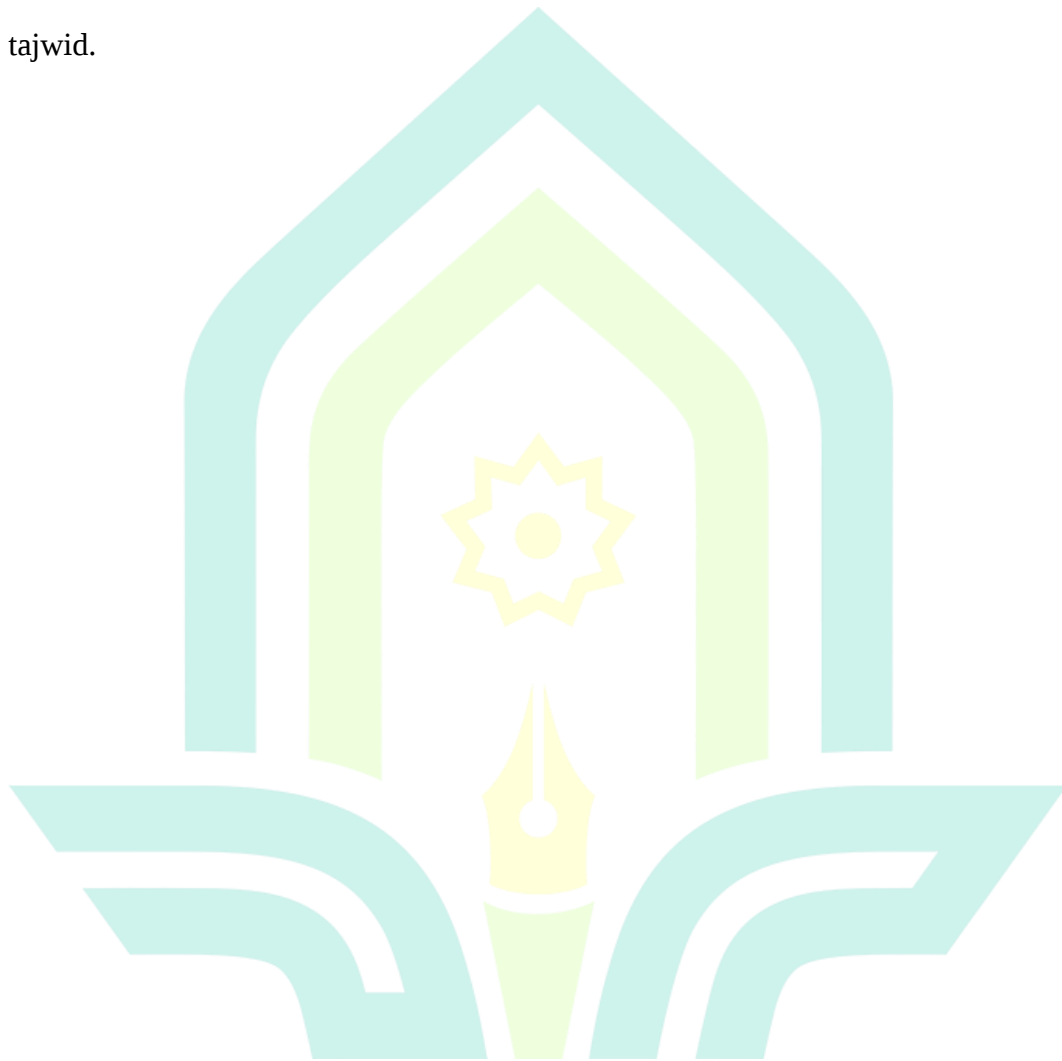
لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا

- Lillāhi al-amru jamī`an

- Lillāhil-amru jamī'an

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

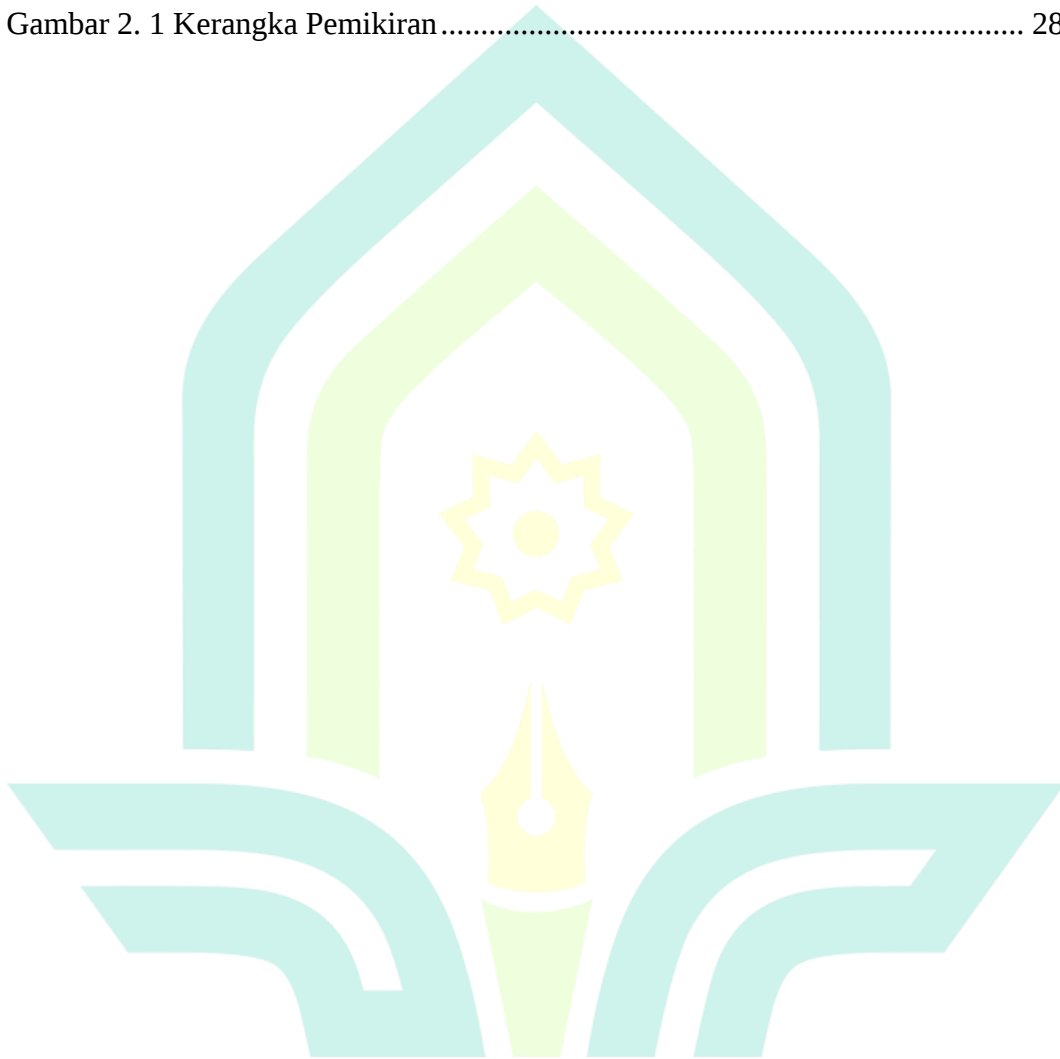


DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3. 1 Penilaian Skala Likert	36
Tabel 3. 2 Definisi Variabel Operasional.....	37
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Universitas.....	46
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Melakukan Pembelian	47
Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	47
Tabel 4. 6 Hasil Jawaban Responden Mengenai Food Quality	49
Tabel 4. 7 Hasil Jawaban Responden Mengenai Online Customer Rating	50
Tabel 4. 8 Hasil Jawaban Responden Mengenai Diskon	51
Tabel 4. 9 Hasil Jawaban Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan	52
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Food Quality	53
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Online Customer Rating.....	53
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Diskon	53
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan	53
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	54
Tabel 4. 15 Hasil Uji Normalitas	55
Tabel 4. 16 Hasil Uji Multikolinieritas	56
Tabel 4. 17 Hasil Uji Heterokedastisitas (Uji Glesjer)	57
Tabel 4. 18 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	58
Tabel 4. 19 Hasil Uji F	58
Tabel 4. 20 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	60
Tabel 4. 21 Hasil Uji Hipotesis (uji t).....	61
Tabel 4. 22 Penerimaan / Penolakan Hipotesis	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Penggunaan Internet dan Sosial Media di Indonesia 2025.....	1
Gambar 1. 2 Aplikasi Jasa Food Delivery Paling Sering Digunakan	3
Gambar 1. 3 Preferensi Layanan Online Food Delivery yang digunakan oleh Mahasiswa Muslim Pekalongan.....	7
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	28



DAFTAR LAMPIRAN

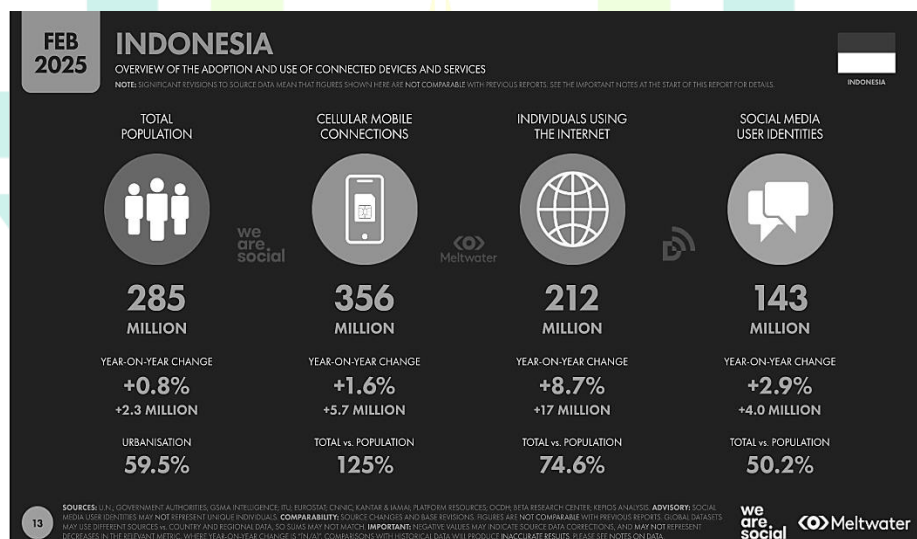
Lampiran 1 Surat Penelitian.....	I
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	II
Lampiran 3 Data Mentah Penelitian	V
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	XXVIII
Lampiran 5 Hasil Uji Reabilitas.....	XXXI
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	XXXII
Lampiran 7 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda.....	XXXIII
Lampiran 8 Hasil Uji Ketetapan Model	XXXIV
Lampiran 9 Tabel r untuk $df = 242-282$	XXXV
Lampiran 10 Titik Persentase Distribusi t ($df = 260-311$).....	XXXVI
Lampiran 11 Titik Persentase Distribusi F untuk probabilita = 0,05.....	XXXVII
Lampiran 12 Surat Pengantar Penelitian.....	XXXVIII
Lampiran 13 Surat Ijin Penelitian	XLI
Lampiran 14 Dokumentasi.....	XLIII
Lampiran 15 Daftar Riwayat Hidup.....	XLIV

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Beberapa tahun terakhir, perkembangan dunia digital telah mengubah masyarakat yang tadinya tradisional menjadi semakin modern. Kemajuan teknologi semakin berkembang didukung dengan fasilitas dan infrastruktur yang memadai. Teknologi digital yang semakin mudah diakses telah membawa masyarakat menuju kemudahan dalam kehidupan sehari-hari. Teknologi digital kini telah dimanfaatkan untuk memperoleh informasi di hampir semua sektor. Internet juga memungkinkan para pengusaha untuk menghubungkan jaringan pemasaran mereka, sehingga memudahkan untuk berbisnis. Karena media internet dipandang lebih efisien dan hemat biaya, semakin banyak individu yang mengadopsinya untuk berbagai tujuan. Saat ini, belanja *online* sudah semakin umum dilakukan dan terus berkembang pesat. (Yoeliastuti, 2022)

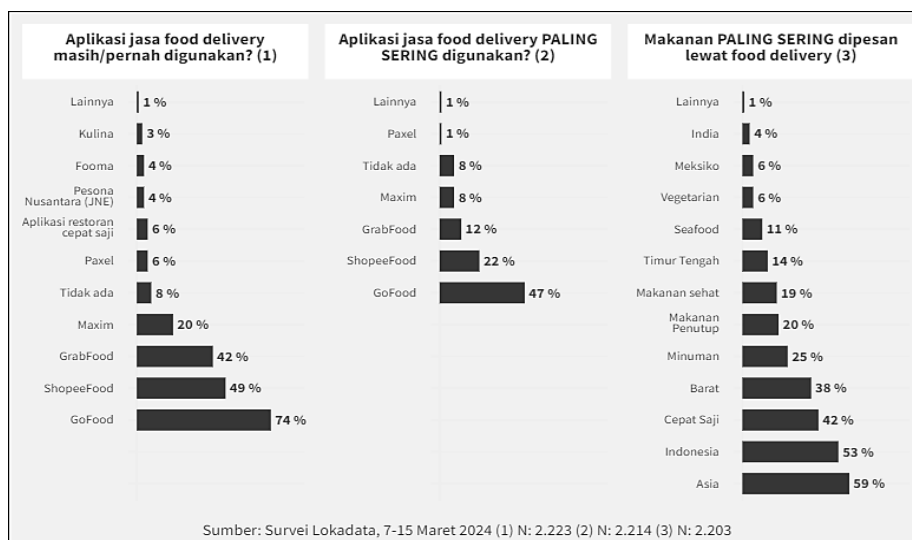


Gambar 1. 1 Data Penggunaan Internet dan Sosial Media di Indonesia 2025
Sumber: *Wearesocial.com*

Gambar diatas memperlihatkan data tren pengguna internet dan sosial media pada awal tahun 2025 di Indonesia. Diketahui jumlah penduduk Indonesia adalah 285 juta sementara perangkat *mobile* yang terhubung 356 juta (125% dari total populasi). Hal ini menunjukkan bahwa jumlah *smartphone* dan tablet lebih mendominasi dibanding jumlah penduduk Indonesia secara keseluruhan. Di antara individu yang menggunakan Internet, 212 juta pengguna Internet aktif (74,6% dari total populasi) dan pengguna sosial media aktif 143 juta (50,2% dari total populasi). Salah satu dampak dari penggunaan internet yang tinggi adalah kemajuan teknologi. kemajuan teknologi mempengaruhi beberapa sektor kehidupan seperti sosial, pendidikan, politik, budaya dan juga ekonomi. Dalam sektor ekonomi, konsep jual beli semakin modern dengan adanya *E-commerce*.

E-Commerce didefinisikan aktivitas jual beli secara daring yang berkembang pesat di era digital dengan memanfaatkan internet untuk menghubungkan bisnis, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi *online* (Agus Setiawan dan Budi Ramadhani, 2024). Mayoritas masyarakat Indonesia memanfaatkan perdagangan elektronik secara luas yakni datang dari bidang *marketplace*, transportasi *online*, *online travel agent* dan bidang layanan pengantaran makanan, sering dikenal *online food delivery (OFD)*.

Banyak dijumpai pengantaran makanan online yang mempunyai kualitas pelayanan bagus sekaligus kredibel di Indonesia. Diantaranya ialah Gofood, Grab Food, ShopeeFood, Maxim, Travelokaeats, Ubereats dan lainnya.



Gambar 1. 2 Aplikasi Jasa Food Delivery Paling Sering Digunakan

Sumber: *Lokadata.id*

Berdasarkan data yang dihimpun oleh *Youth Insight Center* Narasi, Hasil survei menyebutkan, bahwa GoFood (47%) adalah aplikasi jasa *food delivery* yang paling sering digunakan, disusul oleh ShopeeFood (22%), GrabFood (12%) dan Maxim (8%). Survei Lokadata ini melibatkan 2.223 responden pada Maret 2024. Jadi, salah satu yang terbesar dan paling banyak penggunaannya adalah layanan *online food delivery* GoFood.

Go-Food ialah layanan pesan antar makanan online yang telah terdaftar di platform GoJek atau sekarang sudah berganti menjadi PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk. Layanan *online food delivery* GoFood bisa diakses melalui *website* maupun aplikasi *mobile*. Menilik dari *website* www.gojek.com, GoFood melalui aplikasi *mobile* Gojek sudah terunduh sebanyak lebih dari 190 juta kali per 2024. Layanan *online food delivery* ini juga sudah tersedia di hampir seluruh kota ataupun kabupaten yang ada di Indonesia dengan menggandeng lebih dari 2 juta *driver* serta 900 ribu lebih GoFood *Merchants*. Keberadaan fitur GoFood menawarkan manfaat yang besar bagi para pedagang karena berfungsi sebagai alat promosi yang efektif,

sehingga memudahkan mereka menjangkau lebih banyak konsumen sekaligus meningkatkan efisiensi operasional mereka. (Herna P.W. Hutabarat, 2023)

GoFood juga ikut menarik para pengusaha UMKM dan mengundang kerjasama di bisnis untuk menaikkan penghasilan ekonomi rakyat. Terkait hal itu, pembuatan aplikasi ini tidak hanya menginginkan laba semata, tetapi perusahaan juga memperhatikan kepuasan pelanggan. Kemampuan suatu merk atau layanan untuk mengisi harapan konsumen diukur dari kepuasan pelanggan. Jika pelanggan merasa bahwa produk atau merk yang mereka terima sesuai dengan harapan, mereka merasa puas. Namun, jika harapannya tidak terpenuhi, mereka merasa kecewa. Perusahaan perlu memahami bahwa kepuasan pelanggan tidak tentang melengkapi kebutuhan belaka, melainkan tentang membagikan pengalaman positif (Ramadani & Riofita, 2024).

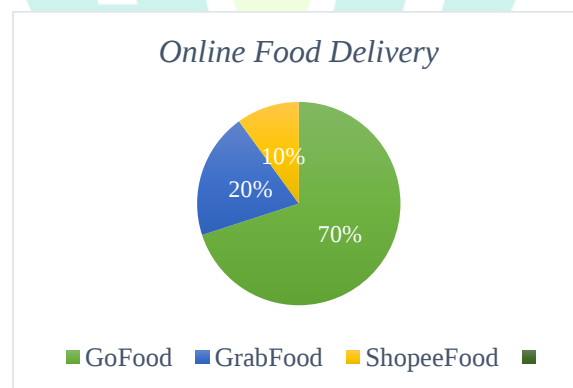
Para pemilik usaha dituntut untuk memberikan *food quality* yang baik kepada pelanggan sehingga mereka puas (Wuisan, 2021). Walaupun GoFood hanya berperan sebagai perantara dalam proses pemesanan makanan, kualitas makanan yang disediakan oleh *merchant* yang bermitra tetap menjadi faktor penting dalam memengaruhi kepuasan pelanggan. Variabel *food quality* dalam penelitian ini tetap relevan dikaitkan dengan layanan GoFood karena pengalaman pelanggan terhadap GoFood turut dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap kualitas makanan yang dipesan melalui platform tersebut. Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu dari Setiawati et al., (2020), Sumardy et al., (2022) & Ottoman et al., (2024) yang menyatakan terdapat pengaruh antara *food quality* terhadap kepuasan konsumen. Berbanding dengan penelitian Haryadi et al., (2022) & Indrawati, (2023)

berpendapat *food quality* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Selain itu, untuk mendukung mitra usaha menarik pelanggan, aplikasi GoJek menawarkan fitur *online customer rating* yang ditampilkan di setiap restoran. Menurut situs web www.gojek.com, tujuan dari layanan pemeringkatan ini adalah untuk membantu pemilik perusahaan menarik klien secara daring. Penilaian tersebut ditampilkan dalam bentuk ikon bintang di setiap restoran yang menjadi bagian dari layanan GoFood. Sesuai penelitian terdahulu oleh Harli & Mutasowifin, (2021), Sari et al., (2023) & Agustiningsih & Hartati, (2023) membuktikan jika kepuasan pelanggan meningkat dengan peringkat yang lebih baik. Namun, menurut Puspita & Setyowati, (2023) variabel rating terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Disamping itu, strategi lain yang perlu dipikirkan untuk memikat konsumen adalah dengan memberikan diskon kepada para pelanggan. Para pelanggan cenderung membeli makanan yang sedang diskon atau turun harga. Diskon, yang diberikan untuk mengurangi harga barang atau jasa, biasanya ditujukan untuk konsumen dan sering kali hanya berlaku untuk jangka waktu tertentu. Pelanggan cenderung menyukai diskon karena mereka dapat mengurangi biaya dibandingkan dengan harga normal barang atau jasa (Hikmawati & Megawati, 2022). Terdapat penelitian terdahulu oleh Simanungkalit et al., (2023), Epiliya et al., (2024) & Amiliya et al., (2024) yang menemukan bahwa variabel diskon berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sebaliknya, dari penelitian Tambunan et al., (2023) & Mulyanto, (2024) mengatakan variabel diskon tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Keterbaruan penelitian ini dibanding penelitian sebelumnya yaitu keterbaruan lokasi dan keterbaruan populasi. Sampai saat ini, sebagian penelitian yang mengangkat topik ini telah dilakukan di Sukoharjo (Wigati, 2023), Riau (Restu, 2024), Bandung (Shahibah & Fauzan, 2023), peneliti mengambil lokasi di Pekalongan, dan populasi yang penulis gunakan adalah mahasiswa muslim dimana banyak peneliti lain yang menggunakan masyarakat dan mahasiswa umum. Penulis memilih mahasiswa muslim di Pekalongan sebagai responden karena beberapa alasan yaitu segmentasi pasar yang relevan, mahasiswa merupakan kelompok konsumen muda dengan pola konsumsi yang dinamis dan perubahan perilaku konsumen dengan berkembangnya *food delivery* seperti GoFood, yang bergeser dari offline ke online. Selain itu, penulis melakukan pra survei melalui google formulir kepada 30 responden yang merupakan mahasiswa muslim Pekalongan (UIN Gusdur, UMPP, Unikal) diperoleh hasil bahwa 30 responden pernah menggunakan *online food delivery*. Kemudian untuk preferensi dari para responden yaitu sebesar 70% atau sebanyak 21 dari 30 responden memilih menggunakan GoFood, 20% atau 6 dari 30 responden memilih GrabFood dan sisanya yakni 10% atau 3 dari 30 responden memilih ShopeeFood. Hasil data penelitian pra survei dapat dilihat lebih jelas pada gambar diagram dibawah ini.



Gambar 1. 3 Preferensi Layanan Online Food Delivery yang digunakan oleh Mahasiswa Muslim Pekalongan
 Sumber: Data Diolah (2025)

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah disampaikan, penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Food Quality*, *Online Customer Rating*, dan Diskon Terhadap Kepuasan Pelanggan (Pada Layanan GoFood di Aplikasi Gojek)”.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah *Food Quality* secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Layanan GoFood di Aplikasi GoJek?
2. Apakah *Online Customer Rating* secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Layanan GoFood di Aplikasi GoJek?
3. Apakah Diskon secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Layanan GoFood di Aplikasi GoJek?
4. Apakah *Food Quality*, *Online Customer Rating*, dan Diskon secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Layanan GoFood di Aplikasi GoJek?

C. Batasan Masalah

Masalah penelitian ini memang sangat luas, karena itu perlu pembatasan yang fokus pada objek penelitian sehingga terminimalkan misinterpretasi dan mistujuan penelitian. Adapun batasan masalah yang dimaksud adalah:

1. Masalah penelitian fokus pada *Food Quality*, *Online Customer Rating* dan Diskon terhadap Kepuasan Pelanggan Gofood.
2. Mahasiswa muslim di Pekalongan (UIN K.H Abdurrahman Wahid

Pekalongan, Universitas Pekalongan, Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan) yang pernah melakukan pembelian di GoFood dijadikan sebagai subjek dalam penelitian ini.

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menjelaskan pengaruh *Food Quality* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Layanan GoFood di Aplikasi GoJek.
2. Untuk menjelaskan pengaruh *Online Customer Rating* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Layanan GoFood di Aplikasi GoJek.
3. Untuk menjelaskan pengaruh Diskon Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Layanan GoFood di Aplikasi GoJek.
4. Untuk menjelaskan pengaruh *Food Quality*, *Online Customer Rating*, Dan Diskon Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Layanan GoFood di Aplikasi GoJek.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Studi ini disemogakan menyampaikan wawasan dan peningkatan mengenai ilmu pemasaran digital dan penerapan teorinya dalam menganalisis Pengaruh *Food Quality*, *Online Customer Rating*, dan Diskon Terhadap kepuasan Pelanggan Pada Layanan GoFood di Aplikasi GoJek.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Pelaku Bisnis

Bagi para pelaku bisnis, semoga studi ini bisa memberikan inovasi

dan masukan untuk mengembangkan pelayanannya melalui Layanan GoFood pada Aplikasi GoJek.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Temuan penelitian ini bisa menjadi sumber referensi untuk peneliti lain yang tertarik untuk mengeksplorasi lebih dalam topik serupa namun dengan pengembangan variabel berbeda.

F. Sistematika Pembahasan

Memahami susunan dan struktur pemikiran pengarang merupakan tujuan dari sistematika sastra ini. Materi yang saling terkait tercermin dalam setiap bab. Akibatnya, susunan karya sastra ini memungkinkan untuk mengkarakterisasi arah dan tujuannya.

BAB I : **PENDAHULUAN**, berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : **KAJIAN PUSTAKA**, menjelaskan Landasan Teori, Penelitian Terdahulu, Kerangka Berpikir, Hipotesis penelitian.

BAB III : **METODE PENELITIAN** yang berisi tentang Jenis Penelitian, Populasi, Sampel, dan Teknik Pengumpulan Sampel, Data dan Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data.

BAB IV : **PEMBAHASAN**, menguraikan analisis data dan pembahasan yang meliputi penyajian data, analisis data dan pembahasan.

BAB V : **PENUTUP**, berisi kesimpulan yang ditarik dari pembahasan dan saran yang dapat dijadikan masukan bagi pihak yang berkepentingan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Menurut analisis yang telah dilakukan peneliti bisa disimpulkan bahwa variabel *food quality* (X1), *online customer rating* (X2) dan diskon (X3) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). secara keseluruhan, semua variabel bebas berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan, dengan kontribusi sebesar 85,9% dalam menerangkan variable kepuasan pelanggan (Y). sisanya 14,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

B. Keterbatasan Penelitian

Ditemukan kekurangan, oleh karenanya, penelitian ini memiliki beberapa batasan yaitu:

- 1) Subjek yang dikaji adalah pelanggan GoFood yang merupakan mahasiswa muslim di Pekalongan. Walaupun terdapat banyak kota lain, penelitian ini hanya difokuskan pada wilayah Pekalongan sesuai dengan tujuan penelitian.
- 2) Penelitian ini berfokus pada variabel *food quality*, *online customer rating* dan diskon.
- 3) Untuk menjaga kerahasiaan opini dari responden, penelitian ini diberi pembatasan sehingga identitas responden tidak dapat diungkapkan secara nyata.

- 4) Hasil pengujian koefisien determinasi (R^2) di pengkajian disini memberikan nilai Adjusted R^2 sejumlah 0,859 yaitu kepuasan pelanggan hanya dipengaruhi dari *food quality*, *online customer rating* dan diskon sebesar 85,9%, yang lain sejumlah 14,1% dimiliki oleh variabel lain diluar penelitian ini.

C. Implikasi Teoritis dan Praktis

1. Implikasi Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu dalam bidang pemasaran digital dan perilaku konsumen, khususnya dalam konteks layanan pesan-antar makanan berbasis aplikasi. Temuan bahwa *Food Quality*, *Online Customer Rating* dan Diskon berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan mendukung teori sebelumnya.

2. Implikasi Praktis

a. Bagi Pelaku Usaha Kuliner di Gofood

Perlu menjaga dan meningkatkan *food quality*, merespon dan memperhatikan *online customer rating* yang diberikan pelanggan, dan mengatur strategi pemberian diskon karena terbukti berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

b. Bagi Manajemen Gojek (Gofood)

Dapat mengembangkan fitur yang lebih baik terkait sistem rating dan ulasan, mendorong mitra usaha untuk selalu menjaga *food quality*, dan menyusun kebijakan diskon supaya pelanggan puas.

DAFTAR PUSTAKA

- Adrian, I. (2022). Pengaruh Food Quality Dan Perceived Price Fairness Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Mediator. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 7, 329–342.
- Afida, A., & Zamzami, M. T. (2020). Perspektif Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Menggunakan Potongan Harga (Diskon) Dengan Berjangka Waktu di Pusat Perbelanjaan Ramayana Kota Salatiga. *J-HES: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 04(2), 96–111.
- Agus Setiawan dan Budi Ramadhani. (n.d.). *E-Commerce* (S. H. Serli Wulandari (ed.)). Ruang Karya. [https://eprints.uniska-bjm.ac.id/25088/1/Buku Referensi E-Commerce.pdf](https://eprints.uniska-bjm.ac.id/25088/1/Buku%20Referensi%20E-Commerce.pdf)
- Agustiningsih, L., & Hartati, R. (2023). terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan pada Layanan Shopee. 4(2), 13–30.
- Amiliya, N. N., Hermawan, H., & Nursaidah, N. (2024). the Effect of Price Discounts, Product Quality, and Digital Promotions on Customer Satisfaction (Case Study of Gofood Users in Jember Area). *Jurnal Comparative: Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 315. <https://doi.org/10.31000/combis.v6i2.11358>
- Arbaini, P. (2020). Pengaruh Consumer Online Rating Dan Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Marketplace Tokopedia. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 7(1), 25–33. <https://doi.org/10.26905/jbm.v7i1.3897>
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>
- Berlianti, D. F., Abid, A. Al, & Ruby, A. C. (2024). Metode Penelitian Kuantitatif Pendekatan Ilmiah untuk Analisis Data. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(3), 1861–1864.
- Brian, R. (2021). Kajian Literatur Pengaruh Kualitas Makanan Suasana Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pada Restoran All You Can Eat. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestari
- Epiliya, W., Pratama, J. Y., Apriyanti, S., Saputra, Y., & Juliandara, L. (2024). Pengaruh Penggunaan Voucher Diskon Valuable Terhadap Kepuasan Pelanggan Korespondensi penulis. 189–216.
- Gojek. (2025) . Produk Gofood. Diakses dari <https://www.gojek.com/id-id/gofood> pada tanggal 31 Mei 2025.

- Harli, I. I., Mutasowifin, A., & Andrianto, M. S. (2021). Pengaruh Online Consumer Review dan Rating terhadap Minat Beli Produk Kesehatan pada E-Marketplace Shopee Selama Masa Pandemi Covid-19. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 558–572. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i4.205>
- Haryadi, A. R., Nanggala, A., Prayogo, F. A., & ... (2022). Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan, Harga, dan Brand Image dalam Membangun Kepuasan Konsumen pada Restoran Ini Baru Steak Boyolali. *Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains Dan Teknologi*, Vol. 2, No, 934–943.
- Herna P.W. Hutabarat. (2023). Analisis Pengaruh Layanan GoFood Terhadap Peningkatan Penjualan Pedagang Kaki Lima. *JISPENDIORA Jurnal Ilmu Sosial Pendidikan Dan Humaniora*, 2(3), 75–82. <https://doi.org/10.56910/jispendiora.v2i3.964>
- Hikmawati, A., & Megawati, L. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Potongan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan GoFood (survey Pada Follower Akun Instagram @gofoodindonesia). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(16), 49–60. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7058907>.
- Ibrahim, K. (2022). Analisis Pengaruh Diskon dan Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Layanan Jasa Grab Food pada Masa Pandemi. *Journal of Management & Business*, 5(2), 395–403.
- Indrawati, siti asni. (2023). Pengaruh Service Quality, Food Quality Dan Halal Label Terhadap Customer Satisfaction Restoran Ayam Sako Sragen Skripsi. *Nucl. Phys.*, 13(1), 104–116.
- Isnaini, F., Hermain, H., & Aslami, N. (2022). Analisis Kepuasan Pelanggan Dalam Meningkatkan Pendapatan Cv Sagu Basah Pak Udin Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 2(1), 129–142. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i1.508>
- Komala, C. C., Norisanti, N., & M. Ramdan, A. (2019). Analisis Kualitas Makanan dan Perceived Value terhadap Kepuasan Konsumen pada Industri Rumah Makan. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(2), 58–64. <https://doi.org/10.35130/jrimk.v3i2.62>
- Lestariningsih, M. (2021). Store Atmosphere Memoderasi Pengaruh Kualitas Makanan dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 61–68.
- Luh Kadek Budi Martini, Ejasa Sembiring, & Frandy Paulus. (2022). Customer Online Customer Rating Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Modeliafashion Pada Marketplace Tokopedia Jakarta. *Journal of Applied Management and Accounting Science (JAMAS)*, 4(1), 15–24. <https://doi.org/10.51713/jamas.v4i1.67>

- Mulyanto, H. R. N. S. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Diskon Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Aplikasi Onlineshop Shopee. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 7(1), 86–94. <https://doi.org/10.35326/jiam.v7i1.5211>
- Ottoman, D., Soedibyo, Y., & Dananjaya, Y. (2024). Efekk Atmosphere, Experience Marketing dan Food Quality terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Pembelian Ulang pada Konsumen Rasa Bunda. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 6(3), 897–906. <https://doi.org/10.31539/jomb.v6i3.9228>
- Pasianus, O. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Swalayan Pamella Enam Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis*, 2(2), 197–216.
- Priadana, sunarsi. (2021). *metode penelitian kuantitatif* (Della (ed.); pertama). Pascal Books.
- Puspita, Y. D., & Setyowati, W. (2023). Determinan Keputusan Pembelian Dimediasi Kepercayaan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Grabfood Di Kota Bandung. *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 102–115. <https://doi.org/10.35829/magisma.v11i1.283>
- Rahmah, C. A. (2020). , Dengan Jumlah Sampel Yaitu 87 Orang. *Jurnal Manajemen Tools*, 12(2), 30–44.
- Ramadani, N. S., & Riofita, H. (2024). *Pentingnya Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau , Indonesia*. 8, 43109–43113.
- Ramadhani, T., Budimansyah, B., & Sanjaya, Vi. F. (2021). Pengaruh Rating Dan Online Consumer Review Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Pemediasi Pada Marketplaceshoopee Dalam Persfektif Ekonomi Islam (Studi pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung). *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 2(2), 143–162. <https://doi.org/10.24042/revenue.v2i2.9623>
- Resha Ekawati, R., Saroh, S., & Zunaida Jurusan Administrasi Bisnis, D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Diskon Terhadap Minat Beli Di Restoran Saboten Shokudo Kecamatan Klojen Kota Malang. *Jiagabi*, 9(1), 28–34.
- Rita Ambarwati, R. A., & Sumartik, S. (2022). Buku Ajar Metode Penelitian Manajemen. *Buku Ajar Metode Penelitian Manajemen*, March 2022. <https://doi.org/10.21070/2022/978-623-464-048-9>
- Rosita, E., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prososial. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4(4), 279. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7413>
- Sari, Y. E., Savitri, C., & Faddila, S. P. (2023). Pengaruh Online Customer Review Dan Rating Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Aplikasi Pt. Bfi Finance Indonesia Tbk Cabang Karawang. *Journal of Economic, Bussines and*

Accounting (COSTING), 7(1), 2064–2079.
<https://doi.org/10.31539/costing.v7i1.7389>

Simanungkalit, R., Sinaga, N. A., & Hutagalung, J. (2023). Pengaruh Diskon Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cv. Mitra Cahaya Nauli Pandan. *Jurnal Ilmiah Penalaran*, 5(1), 1–12.
<https://ejurnal.provisi.ac.id/index.php/jurnalmahasiswa/article/view/511%0Ahttps://ejurnal.provisi.ac.id/index.php/jurnalmahasiswa/article/download/511/420>

Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R dan D*. Alfabeta.

Sumardy, K. D., Marpaung, N., & Dirbawanto, N. D. (2022). Pengaruh Label Halal, Food Quality Dan Service Quality Terhadap Customer Satisfaction. *Journal Business Administration: Entrepreneurship and Creative Industry*, 1(1), 39–49.
<https://doi.org/10.32734/jba.v1i1.9153>

Susilawati, E., Prastiwi, E. H., & Kartika, Y. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Diskon, dan Customer Experience terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Fashion Shopee. *JAMIN : Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.47201/jamin.v5i1.131>

Syafina, L., & Harahap, N. (2019). *Metode Penelitian Akuntansi Pendekatan Kuantitatif* (A. F. Grafika (ed.); 1st ed.). FEB UIN-SU Press.
https://www.academia.edu/42166383/Buku_Metode_Penelitian_Akuntansi_Pendekatan_Kuantitatif

Syahidin, S., & Adnan, A. (2022). Analisis Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 4(1), 20–32.
<https://doi.org/10.55542/gpjer.v4i1.209>

Tambunan, T. U., Yuniman Zebua, & Junita Lubis. (2023). Pengaruh Fasilitas, Pelayanan, Harga Dan Pemberian Diskon Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Warnet @N-Kom Net). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(3), 642–649. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i3.1099>

Wuisan, D. S. . (2021). Pengaruh E-Service Quality Dan Food Quality Terhadap Customer Loyalty Pengguna Gofood Indonesia Yang Dimediasi Oleh Perceived Value Dan Customer Satisfaction. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 8(1).
<https://doi.org/10.35794/jmbi.v8i1.33851>

yoeliastuti, faridah. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Berbelanja Online Pada Aplikasi Gofood. *Universitas Dharmawangsa*, 16(8.5.2017), 126–135.
<https://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/juwarta/article/viewFile/1980/1514>