

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, citra merek dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan layanan pesan antar makanan *Gofood* pada PT. Gojek di wilayah cibubur. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan jasa layanan pesan antar *Gofood* yang jumlahnya tidak diketahui. Sampel yang dipergunakan adalah sebanyak 50 pelanggan layanan pesan antar *Gofood* pada PT. Gojek di wilayah cibubur. Teknik Sampling dalam penelitian ini menggunakan *Simple Random Sampling* yaitu pengambilan anggota sampel yang dilakukan secara acak (*random*) tanpa memperhatikan strata yang ada didalam populasi. Metode pengumpulan data menggunakan metode *survey*, dengan instrument penelitian adalah kuesioner. Metode pengolahan data menggunakan IBM SPSS Statistics 25. Penelitian ini membuktikan bahwa harga berpengaruh positif dan tidak signifikan, citra merek berpengaruh positif dan signifikan, kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen PT. Gojek di wilayah cibubur.

Kata Kunci: Harga, Citra Merek, Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen



ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of price, brand image and trust on customer satisfaction Gofood food delivery service at PT. Gojek in the Cibubur area. The population in this study are customers who use an unknown number of Gofood delivery services. The sample used is 50 Gofood delivery service customers at PT. Gojek in the Cibubur area. The sampling technique used in this study is Simple Random Sampling, which is taking the sample members at random (random) without regard to the existing strata in the population. The method of data collection used a survey method, with the research instrument being a questionnaire. The data processing method uses IBM SPSS Statistics 25. This study proves that price has a positive and insignificant effect, brand image has a positive and significant effect, trust has a positive and significant effect on consumer satisfaction at PT. Gojek in the Cibubur area.

Keywords: Price, Brand Image, Trust and Consumer Satisfaction

