

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, DISKON, DAN KEMUDAHAN
PENGUNAAN *SHOPEE PAY* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
SHOPEE FOOD DI DESA BENDO KABUPATEN KEDIRI**

SKRIPSI

Diajukan untuk penulisan skripsi guna memenuhi salah satu syarat
Memperoleh gelar sarjana manajemen (SM)
Pada program studi manajemen



OLEH :

DITA PUTRI CAHYANING AYU

NPM : 2112010306

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI**

2025

Skripsi oleh :

DITA PUTRI CAHYANING AYU
NPM : 2112010306

Judul :

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, DISKON, DAN KEMUDAHAN
PENGUNAAN *SHOPEE PAY* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
SHOPEE FOOD DI DESA BENDO KABUPATEN KEDIRI**

Telah Disetujui untuk Diajukan Kepada Panitia Ujian Sidang
Skripsi Prodi Manajemen FEB UN PGRI Kediri

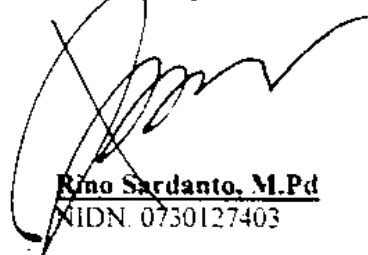
Tanggal : 25 Juni 2025

Pembimbing I



Edy Djoko Soeprajitno, S.E., M.M
NIDN. 0715106203

Pembimbing II



Rino Sardanto, M.Pd
NIDN. 0730127403

Skripsi oleh :
DITA PUTRI CAHYANING AYU
NPM : 2112010306

Judul :
**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, DISKON, DAN KEMUDAHAN
PENGUNAAN SHOPEE PAY TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SHOPEE
FOOD DI DESA BENDO KABUPATEN KEDIRI**

Telah dipertahankan di depan panitia Ujian/Sidang Skripsi
Prodi Manajemen FEB UN PGRI Kediri

Pada Tanggal : 09 Juli 2025

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji :

1. Ketua : Edy Djoko Socprajitno, S.E, M.M
2. Penguji I : Dr. Diah Ayu Septi Fauji, S.E, M.M
3. Penguji II : Rino Sardanto, S.Pd, M.Pd



Mengetahui,
Dekan FEB

Dr. Amin Tohari, M.Si
NIDN. 0715078102

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Dita Putri Cahyaning Ayu
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/tgl. Lahir : Kediri, 21 Desember 2002
NPM : 2112010306
Fak/Jur/Prodi : FEB / Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 25 Juni 2025



Yang Menyatakan

Dita Putri Cahyaning Ayu
NPM. 2112010306

LEMBAR MOTTO

*"Ketika Kamu Ingin Melangkah, Maka Pada Saat Itu Juga **Yakinlah Pada DIRIMU.**"*

“ Tumbuh Dengan Baik, Dan Tidak Menyakiti Siapapun, Agar Do'anya Tidak Menyulitkan Hidupmu “

ABSTRAK

Dita Putri Cahyaning Ayu : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Diskon, Dan Kemudahan Penggunaan *Shopee Pay* Terhadap Kepuasan Pelanggan *Shopee Food* Di Desa Bendo Kabupaten Kediri, Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2025.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Diskon, Kemudahan Penggunaan, Kepuasan Pelanggan, *Shopee Food*

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, diskon, dan kemudahan penggunaan *Shopee Pay* terhadap kepuasan pelanggan *Shopee Food* di Desa Bendo, Kabupaten Kediri. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis kausalitas. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden dari populasi masyarakat usia 18–24 tahun yang telah menggunakan layanan *Shopee Food* dan *Shopee Pay* minimal dua kali, menggunakan purposive sampling. Pada penelitian ini instrumen yang digunakan berupa kuesioner dengan skala likert yang telah diuji untuk validitas dan reliabilitasnya sebelum digunakan. Analisis data dilakukan dengan bantuan SPSS versi 25, melalui uji asumsi klasik dan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, diskon, dan kemudahan penggunaan *Shopee Pay* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Diskon memiliki pengaruh paling dominan, diikuti oleh kualitas pelayanan dan kemudahan penggunaan. Secara simultan, ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan 66,6% variasi kepuasan pelanggan. Temuan ini menegaskan pentingnya optimalisasi strategi layanan, promosi, dan sistem pembayaran digital dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, khususnya di wilayah pedesaan.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kami panjatkan kehadiran Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas perkenan-Nya tugas penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan. Penyusunan proposal ini merupakan bagian dari rencana penelitian guna penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini diucapkan terimakasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. Dr. Zainal Afandi selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri
2. Dr. Amin Tohari, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Restin Meilina, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Edy Djoko Soeprajitno, S.E, M.M selaku Dosen Pembimbing
5. Rino Sardanto, M.Pd selaku Dosen Pembimbing
6. Seluruh Dosen yang telah memberikan waktu, wawasan dan ilmunya di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
7. Kedua orang tua penulis yang senantiasa memberikan do'a, dukungan, waktu, dan materi kepada penulis demi kelancaran dalam menyelesaikan penulisan proposal skripsi.
8. Keluarga penulis yang senantiasa memberikan doa' dan dukungannya kepada penulis
9. Seluruh teman-teman penulis yang berperan penting dalam memberikan dukungan dan pengalaman penting selama penulisan proposal skripsi.
10. Diri saya sendiri Dita Putri Cahyaning Ayu, terima kasih sudah bekerja keras sampai di titik ini, terima kasih untuk tidak menyerah ditengah jalan dan terima kasih semangatnya untuk menyelesaikan proposal skripsi.

Disadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan kritik dan saran-saran yang membangun, dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Kediri, 25 Juni 2025

DITA PUTRI CAHYANING AYU
NPM: 2112010306

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
LEMBAR MOTTO	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
A. Teori dan Penelitian Terdahulu dari Variabel Kepuasan Pelanggan	9
B. Teori dan Penelitian Terdahulu dari Variabel Kualitas Pelayanan	11
C. Teori dan Penelitian Terdahulu dari Variabel Diskon	13
D. Teori dan Penelitian Terdahulu dari Variabel Kemudahan Penggunaan ...	15
E. Kerangka Berpikir.....	18
F. Hipotesis Penelitian.....	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
A. Desain Penelitian	23
B. Definisi Operasional Variabel	24
C. Instrumen Penelitian.....	28
D. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	33
E. Populasi dan Sampel	34
F. Prosedur Penelitian	35
G. Tempat dan Waktu Penelitian.....	37
H. Teknik Analisis Data.....	39

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
A. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	43
B. Deskripsi Data Variabel	44
C. Analisis Data	51
D. Pembahasan.....	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	65
A. Kesimpulan.....	65
B. Implikasi.....	65
C. Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN	72

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 3.1 Alternatif Jawaban Dengan Skala Likert.....	29
Tabel 3.2 Kisi-kisi Instrumen Penelitian	30
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas.....	31
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas	33
Tabel 3.5 Jadwal Kegiatan Penelitian.....	38
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	44
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan.....	44
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Diskon	46
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Kemudahan Penggunaan ShopeePay	47
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Kepuasan Pelanggan	50
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas.....	52
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinieritas.....	53
Tabel 4.8 Hasil Uji Gletjser	55
Tabel 4.9 Hasil Regresi Linier Berganda.....	55
Tabel 4.10 Hasil Koefisien Determinasi (Adjusted R ²).....	57
Tabel 4.11 Hasil Parsial (Uji t).....	58
Tabel 4.12 Hasil Simultan (Uji F)	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1.1 Nilai Transaksi Layanan Pesan Antar Makanan (Food Delivery) di Asia Tenggara Tahun 2023	1
Gambar 1.2 Persentase Wilayah Pengguna Layanan Pesan Antar Makanan di Pare Kabupaten Kediri Tahun 2024	6
Gambar 3.1 Lokasi Desa Bendo	38
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas <i>Probability Plots</i>	52
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas(Scatterplot)	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	73
Lampiran 2 Tabulasi Data Hasil Penelitian	79
Lampiran 3 Output SPSS	88
Lampiran 4 Surat Izin Penelitian	95
Lampiran 5 Surat Balasan Penelitian.....	96
Lampiran 6 Berita Acara Bimbingan.....	97

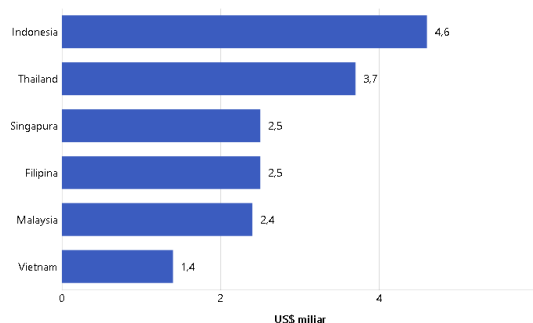
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam beberapa tahun terakhir, fenomena belanja online telah berkembang pesat, termasuk perkembangan layanan pesan antar makanan online (Hapsari, 2024). Hal ini terjadi karena adanya kemajuan teknologi, akses internet yang semakin mudah dan perubahan gaya hidup masyarakat yang lebih mementingkan efisiensi dan kenyamanan (Utami, 2023). Layanan pesan antar makanan online memberikan kemudahan yang diberikan kepada pelanggan dalam mengakses dan memesan makanan dari beragam pilihan restoran, tanpa pergi langsung ke lokasi. Hal ini membuat proses pembelian makanan menjadi lebih praktis. Perubahan kebiasaan ini awalnya terjadi di kota-kota besar dan adanya pandemi Covid-19 yang melarang khalayak untuk memperbanyak aktivitas di luar rumah dengan tujuan meminimalisir penularan penyakit.

Peristiwa tersebut berdampak pada lonjakan besar dalam transaksi belanja online terutama kategori makanan. Seiring dengan meningkatnya minat terhadap layanan pesan antar makanan online, data dari kawasan ASEAN menunjukkan bahwa fenomena ini tidak hanya terbatas pada perubahan kebiasaan masyarakat, tetapi juga terlihat dalam angka penjualan yang terus meningkat (Damayanti et al., 2022).



Gambar 1.1 Nilai Transaksi Layanan Pesan Antar Makanan (Food Delivery) di Asia Tenggara Tahun 2023

Sumber : Momentum Works (2023)

Berdasarkan data dari momentum works, pada tahun 2023 Indonesia menjadi pemimpin sektor industri layanan pengantaran makanan berbasis aplikasi di kawasan Asia Tenggara. Menurut data yang dipublikasikan *Momentum Work*, menunjukkan bahwa nilai transaksi layanan pemesanan dan pengiriman makanan di Indonesia sebesar US\$4,6 miliar setara dengan Rp 72,12 triliun (dengan kurs Rp 15.680/US\$). Angka tersebut menegaskan bahwa Indonesia berkontribusi sekitar 26,95% dari total GMV di kawasan Asia Tenggara, yang pada tahun 2023 mencapai US\$17,1 miliar.

Setelah Indonesia, negara Thailand menempati posisi kedua dalam pasar layanan pesan antar makanan. Hal ini didukung dengan besarnya nilai transaksi bruto mencapai US\$3,7 miliar. Sementara itu negara Filipina dan Singapura memiliki total nilai transaksi yang sama yaitu masing-masing sebesar US\$2,5 miliar, kemudian disusul oleh negara Malaysia dengan nilai transaksi bruto sebesar US\$2,4 miliar dan Vietnam sebesar US\$1,4 miliar. Dari data tersebut menunjukkan bahwa pertumbuhan total Gross Merchandise Value (GMV) sektor layanan pengantaran makanan di Asia Tenggara pada tahun 2023 meningkat 5% per tahun selama dua tahun berturut-turut. Pertumbuhan ini terutama dipengaruhi oleh peningkatan pasar Vietnam sebesar US\$300 juta (27% yoy) dan Malaysia sebesar US\$200 juta (9% yoy) (Annur, 2024).

Momentum Works juga mengungkapkan mengenai beberapa aplikasi yang digunakan sebagai wadah layanan pesan antar makanan berdasarkan masing-masing negara dalam suatu kawasan atau region tertentu. Pemeran utama pasar layanan pesan antar makanan dipegang oleh Grab dengan total transaksi mencapai 50% dari *Gross Merchandise Value* (GMV) Indonesia. Pada tahun 2023 nilai transaksi tersebut diasumsikan setara dengan US\$2,3 miliar. Di sisi lain, penjualan sebesar 38% dikuasai oleh Gojek, dengan asumsi angka transaksi pada tahun 2023 mencapai US\$1,74 miliar.

Hal ini mengartikan bahwa Gojek berada pada posisi kedua. Posisi ketiga atau terakhir dipegang oleh *Shopee Food* dengan nilai transaksi sebesar 12% pasar di Indonesia. Dengan asumsi nilai transaksi mencapai US\$552 juta di

tahun 2023 (Rainer, 2024). Bersamaan dengan maraknya penggunaan layanan pesan antar makanan online, kemudahan pembayaran *cashless* juga banyak digunakan oleh masyarakat.

Menurut data dari *Databooks*, platform dompet digital yang paling populer di masyarakat dengan 71 % pengguna dipegang oleh *Gopay*, dan 58% diantaranya masih aktif menggunakan *Gopay* dalam kurun waktu tiga bulan terakhir ini. Untuk urutan kedua dengan 71% pengguna menggunakan aplikasi OVO dan 53% diantaranya masih aktif menggunakannya dalam kurun waktu tiga bulan terakhir ini. Sementara itu penggunaan platform lainnya seperti Dana, *Shopee Pay*, dan *Link Aja* memiliki persentase yang lebih rendah (Rania, 2024).

Peningkatan yang terjadi dapat diamati melalui data penjualan yang terus mengalami pertumbuhan. dan dominasi dari beberapa platform digital untuk pemesanan dan pengiriman makanan di Indonesia, diperlukan guna memahami apa saja hal-hal yang dapat memengaruhi tingkat kepuasan dari para pelanggan. Kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur dalam menilai keberhasilan dalam suatu layanan, karena kepuasan pelanggan berhubungan langsung dengan keberlanjutan dalam menggunakan layanan tersebut. Tjiptono (2015) Kepuasan pelanggan adalah penilaian yang dilakukan oleh konsumen dengan mengamati perbandingan apa yang menjadi harapan mereka sebelum membeli dan persepsi mereka setelah menggunakan produk atau layanan. Penelitian tentang kepuasan pelanggan sudah cukup banyak dilakukan untuk mengidentifikasi apa saja aspek-aspek penting yang dapat memberi dampak pada pengalaman pengguna, seperti kualitas pelayanan, harga, dan promosi (Hanan et al., 2024).

Penelitian yang dilakukan oleh Kasmad (2024) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, citra merek dan kepercayaan memberikan pengaruh signifikan pada tingkat kepuasan pelanggan Gojek di Tangerang Selatan. Penelitian lain dilakukan oleh Lubis (2024) menunjukkan bahwa Persepsi Nilai *Merchant*, *Price Discount*, *Loyalty Program* tersebut terbukti memiliki dampak yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pengguna GoPay.

Penelitian lain juga dilakukan oleh Ardani & Pamikatsih (2023) mengindikasikan bahwa kemudahan dalam penggunaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

Dari penelitian di atas dapat dilihat bahwa aspek-aspek tersebut ada yang berpengaruh dan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan jika pengaruh suatu variabel terhadap kepuasan pelanggan bisa berbeda-beda, tergantung dari jenis layanan dan siapa penggunanya. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengulas penelitian-penelitian sebelumnya yang membahas tiga variabel utama: kualitas pelayanan, diskon, dan kemudahan penggunaan *Shopee Pay*, untuk melihat sejauh mana ketiga variabel itu berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas layanan menggambarkan seberapa baik suatu perusahaan dapat memenuhi kebutuhan dan harapan konsumennya lewat pelayanan yang diberikan. Menurut Indrasari (2019) secara garis besar fokus utama dari kualitas pelayanan ialah usaha untuk memenuhi preferensi dan ekspektasi konsumen serta memastikan penyalurannya dilakukan dengan tepat guna memenuhi ekspektasi pelanggan. Dari hasil penelitian Nurjannah & Masreviastuti (2021) ditemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Sihombing & Mardhiyah (2023) memberikan hasil bahwa kualitas layanan terbukti memberikan dampak yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Desfitriady et al., (2023) menjelaskan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

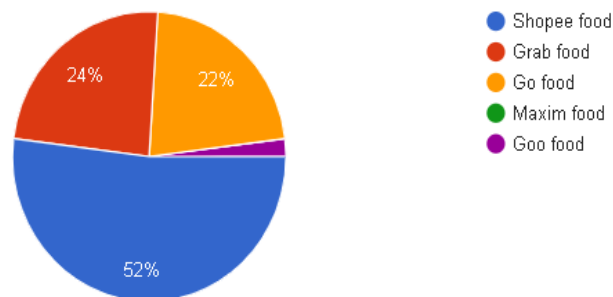
Diskon merupakan potongan harga pada sebuah produk atau jasa yang disediakan guna menarik minat pembeli. Selain itu, diskon juga digunakan untuk memberikan dampak terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada suatu layanan. Menurut Tjiptono (2015) diskon ialah potongan harga yang diterima pembeli dari pihak penjual sebagai bentuk penghargaan terhadap tindakan atau perilaku tertentu yang telah dilakukan oleh pembeli, misalnya melakukan pembayaran lebih dulu, melakukan pembelian dengan jumlah yang besar dan melakukan pembelian di luar musim atau ketika permintaan sedang rendah.

Dalam penelitian Amiliya et al., (2024) ditemukan bahwa diskon harga secara signifikan memengaruhi kepuasan pelanggan. Mulyanto (2024) menunjukkan bahwa diskon tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian lain juga dilakukan oleh Rumambi (2022) yang mengatakan bahwa *voucher* diskon berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kemudahan penggunaan mengacu pada tingkat di mana suatu sistem, produk, atau layanan dapat dioperasikan dengan lancar oleh pengguna tanpa mengalami hambatan. Hal ini berarti suatu sistem dirancang agar dengan mudah dipahami, praktis, dan tidak membutuhkan banyak usaha ataupun waktu yang digunakan untuk memahami dan mengoperasikannya. Oleh karena itu pengguna akan merasa nyaman dan percaya diri saat menggunakannya. Wicaksono (2022) kemudahan penggunaan merupakan bagaimana seseorang menilai seberapa mudah suatu teknologi bisa digunakan setelah mereka mempelajarinya.

Berdasarkan temuan Sasongko (2023) kemudahan dalam penggunaan tidak terbukti memberikan dampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Luh et al., (2023) mengindikasikan bahwa kemudahan penggunaan memiliki dampak yang signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen. Suhendar et al., (2023) membuktikan bahwa faktor kemudahan penggunaan secara signifikan memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

Melihat perkembangan pesat layanan pemesanan dan pengantaran makanan di Indonesia, penting untuk mengamati bagaimana fenomena ini tercermin pada skala lokal. Oleh karena itu, penulis melakukan pra-penelitian di Desa Bendo, Kecamatan Pare, Kabupaten Kediri, dengan menggunakan 50 responden untuk memperoleh data awal mengenai preferensi kepuasan pelanggan terhadap layanan pesan antar makanan.



Gambar 1.2 Persentase Wilayah Pengguna Layanan Pesan Antar Makanan di Pare Kabupaten Kediri Tahun 2024

Sumber : Hasil Pra Riset Peneliti (2024)

Hasil dari pra riset yang dilakukan menunjukkan bahwa kebanyakan responden berasal dari Desa Bendo Kecamatan Pare Kabupaten Kediri. Selain itu pra riset juga dilakukan untuk mencari platform apa saja yang banyak digunakan masyarakat di Desa Bendo Kecamatan Pare. Hasil pra riset menunjukkan bahwa penggunaan terhadap platform *Shopee Food* menduduki posisi pertama dengan jumlah 52% dari beberapa pilihan platform yang ada dan disusul oleh *Grab Food* serta *Go Food*. Selanjutnya penelitian dilakukan untuk mencari data mengenai metode pembayaran yang sering digunakan masyarakat Desa Bendo Kecamatan Pare. Hasil pra riset menunjukkan bahwa masyarakat Kecamatan Pare sering menggunakan metode pembayaran *cashless* yaitu sebanyak 58%. Adapun untuk platform pembayaran digital yang sering digunakan sebagai perantara pembayaran *cashless* yaitu pembayaran melalui *Shopee Pay*.

Meskipun sudah banyak penelitian yang membahas mengenai apa saja yang membuat pelanggan puas dengan layanan pesan antar makanan dan dompet digital, tapi masih ada beberapa hal yang masih belum terlalu dikaji, apalagi dalam konteks daerah lokal seperti pedesaan. Kebanyakan riset sebelumnya seperti Kasmad (2024), Lubis (2024), dan Ardani & Pamikatsih (2023), lebih berfokus pada layanan seperti Gojek, Grab, GoPay, atau OVO, dan fokus penelitiannya di daerah kota-kota besar. Sementara penelitian yang secara khusus membahas tentang kepuasan pelanggan *Shopee Food* yang menggunakan metode pembayaran *Shopee Pay* di daerah pedesaan seperti

Desa Bendo Kabupaten Kediri masih sangat jarang dilakukan. Padahal, dari hasil pra-penelitian, *Shopee Food* menjadi layanan yang paling sering digunakan oleh warga Desa Bendo dan layanan metode pembayaran menggunakan *Shopee Pay* juga cukup tinggi penggunaannya.

Selain itu, hasil dari berbagai studi sebelumnya juga menunjukkan hasil yang tidak konsisten berkaitan dengan dampak kualitas pelayanan, diskon dan kemudahan penggunaan terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Sebagai contoh, hasil studi Sasongko (2023) mengindikasikan bahwa kemudahan penggunaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Tapi Luh et al., (2023) justru mengindikasikan hasil yang sebaliknya. Karena ketidakkonsistenan dari beberapa hasil penelitian ini, menunjukkan pentingnya untuk melakukan penelitian lanjutan yang lebih spesifik, sesuai dengan lokasi, jenis layanan, dan karakteristik penggunanya. Dengan demikian penelitian ini dilakukan untuk mengisi celah dengan fokus mengkaji **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Diskon, Dan Kemudahan Penggunaan *Shopee Pay* Terhadap Kepuasan Pelanggan *Shopee Food* Di Desa Bendo, Kabupaten Kediri.**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *Shopee Food* di Desa Bendo Kabupaten Kediri?
2. Apakah diskon berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *Shopee Food* di Desa Bendo Kabupaten Kediri?
3. Apakah kemudahan penggunaan *Shopee Pay* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *Shopee Food* di Desa Bendo Kabupaten Kediri?
4. Apakah kualitas pelayanan, diskon dan kemudahan penggunaan *Shopee Pay* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *Shopee Food* di Desa Bendo Kabupaten Kediri?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan *Shopee Food* di Desa Bendo Kabupaten Kediri.
2. Mengetahui pengaruh diskon terhadap kepuasan pelanggan *Shopee Food* di Desa Bendo Kabupaten Kediri.
3. Mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan *Shopee Pay* terhadap kepuasan pelanggan *Shopee Food* di Desa Bendo Kabupaten Kediri.
4. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, diskon dan kemudahan penggunaan *Shopee Pay* secara simultan terhadap kepuasan pelanggan *Shopee Food* di Desa Bendo Kabupaten Kediri.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis:

Berperan dalam memperkaya literatur akademik serta memberikan pemahaman lebih dalam mengenai unsur-unsur yang memengaruhi kepuasan pelanggan terhadap layanan antar makanan online, khususnya di kawasan pedesaan.

2. Manfaat Praktis:

Memberikan informasi yang dapat digunakan oleh penyedia layanan pesan antar makanan online (terutama *Shopee Food*) untuk meningkatkan kualitas pelayanan, penawaran diskon, dan kemudahan pembayaran guna meningkatkan kepuasan pelanggan di Desa Bendo.

3. Manfaat Sosial:

Penelitian ini memberikan pemahaman tentang pengaruh faktor-faktor layanan pesan antar makanan terhadap kebiasaan belanja online di masyarakat desa, serta kontribusinya terhadap perekonomian lokal dan perkembangan layanan digital di wilayah pedesaan/

DAFTAR PUSTAKA

- 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>
- Annur, C. M. (2024). *No Title. Data Books*. <https://databoks.katadata.co.id/teknologitelekomunikasi/statistik/ffb024a74fa9ac/indonesia-rajai-pasar-online-food-delivery-di-asia-tenggara-pada-2023>
- Ardani, A. S., & Pamikatsih, T. R. (2023). Analisis Kepuasan Konsumen Dompot Digital Ovo Dipengaruhi Faktor Kemudahan, Persepsi Manfaat Dan Promosi. *Journal Transformation Of Mandalika*, 4(9), 558–566. <https://ojs.cahayamandalika.com/index.php/jtm/article/view/2150>
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace : Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). Research Design Qualitative, Quantitative, And Mixed Method Approaches. In A. E. H. Salmon, C. D. E. C. Neve, E. A. M. O'heffernan, P. E. D. C. Felts, & C. E. A. Marks (Eds.), *Writing Center Talk Over Time* (Fifth Edit). Sage Publications, Inc. <https://doi.org/10.4324/9780429469237-3>
- Damayanti, S., Poerana, A. F., & Lubis, F. M. (2022). Fenomena Belanja Online Di Kalangan Mahasiswa Para Pengikut Akun @Berburusale_. *Media Bina Ilmiah*, 16(No. 10: Mei 2022), 1–4.
- Desfitriady, Alivia, A. N., & Putri, E. T. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Lokawati : Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 1(4), 68–81. <https://doi.org/10.61132/lokawati.v1i4.137>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25* (9th Ed.). Badan Penerbit - Undip.
- Hanan, E. N., Silviana, D. A., Noorend, F. M., & Abdullah, M. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek Wilayahjakarta. *Manajemen Dirgantara*, 17(1), 235–249. <https://jurnal.sttkd.ac.id/>

- Hapsari, D. R. (2024). *Tren Belanja Online Dan Pengaruh Gaya Hidup Di Masyarakat Modern*. <https://kumparan.com/dini-riska-hapsari/tren-belanja-online-dan-pengaruh-gaya-hidup-di-masyarakat-modern-23hiwsuln9y/full>
- Ibnu, S. (2022). Metodologi Penelitian. *Widina Bhakti Persada Bandung*, 12–26.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press. 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_pembetungan_terpusat_strategi_melestari
- Jaya, M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Quadrant.
- Kasmad. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Citra Merek Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek Di Tangerang Selatan. *Arastirma Universitas Pamulang*, 4.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. In *Journal Of Marketing* (Vol. 37, Issue 1). <https://doi.org/10.2307/1250781>
- Kusnawan, A., Diana, S., Andy, A., & Tjong, S. (2019). Pengaruh Diskon Pada Aplikasi E-Wallet Terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial Di Wilayah Tangerang. *Sains Manajemen*, 5(2), 137–160. <https://doi.org/10.30656/sm.v5i2.1861>
- Lubis, E. M. (2024). Pengaruh Persepsi Nilai Merchant , Price Discount , Loyalty Program Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Gopay Di Aplikasi Gojek). *Manajemen Business Innovation Conference-Mbic* https://jurnal.untan.ac.id/index.php/mbic/index_magister, 7, 362–376. <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/mbic/article/view/77069>
- Mertaningrum, N. L. P. E. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan ShopeePay Terhadap Kepuasan Mahasiswa Dalam Berbelanja Pada Ecommerce Shopee. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (Jisip)*, 7(3), 2598–9944. <https://doi.org/10.58258/jisip.v7i1.5608/http>
- Mirella, N. R. N., Nurlala, R., Erviana, H., & Herman Farrel, M. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi: Kepuasan Pelanggan Dan Minat Pembelian: Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga (Literatur Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 350–363. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.880>
- 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>

- Nurjannah, F. F., & Masreviastuti. (2021a). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Grabfood (Studi Pada Mahasiswa D4 Manajemen Pemasaran Di Politeknik Negeri Malang). *J A B Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7(2), 129–132.
- Nurjannah, F. F., & Masreviastuti. (2021b). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Grabfood.Pdf* (Pp. 129–132).
- Purwanto, E. (2020). Technology Adoption A Conceptual Framework. In E. Purwanto (Ed.), *Yayasan Pendidikan Philadelphia* (First Edit, Issue July). Yayasan Pendidikan Philadelphia.
- Purwanza, S. W., Wardhana, (Cand) Aditya, Mufidah, A., Renggo, Y. R., Hudang, A. K., Setiawan, J., Darwin, Badi'ah, A., Sayekti, S. P., Fadlilah, M., Nugrohowardhani, R. L. K. R., Amruddin, Saloom, G., Hardiyani, T., Tondok, S. B., Prisusanti, R. D., & Rasinus. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi* (A. Munandar (Ed.)). Media Sains Indonesia.
- Puspitasari, R., & Aprileny, I. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Konsumen Pelanggan Aplikasi Grab Di Pt Sido Muncul Kebon Jeruk). *Pemasaran*, 1–15.
- Rainner, P. (2024). *No Title*. Goods Stats. <https://goodstats.id/article/indonesia-juara-satu-penjualan-online-food-delivery-tingkat-asia-tenggara-joc9y>
- Rania, D. (2024). *No Title*. Blog. <https://jubelio.com/hasil-survei-dompet-digital-paling-favorit-di-indonesia/>
- Rumambi, F. J. (2022). Apakah Kepuasan Pelanggan Shopee Bergantung Pada Voucher Diskon Dan Gratis Ongkir? *Jurnal Manajemen & Bisnis Asmi*, 08(2), 88–100. <http://journal.ibmasmi.ac.id/index.php/jmba/article/view/501>
- Sari, M. S., & Zefri, M. (2019). Pengaruh Akuntabilitas, Pengetahuan, Dan Pengalaman Pegawai Negeri Sipil Beserta Kelompok Masyarakat (Pokmas) Terhadap Kualitas Pengelola Dana Kelurahan Di Lingkungan Kecamatan Langkapura. *Jurnal Ekonomi*, 21(3), 311.

- Sasongko, G. D. (2023). The Influence Of Service Quality, Platform Ease And Price On Shopeefood Customer Satisfaction In Tangerang City. *Formosa journal of sustainable research*, 2(3), 681–698. <https://doi.org/10.55927/fjsr.v2i3.3393>
- Sihombing, F. D. R., & Mardhiyah, A. (2023). *Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopeefood Di Kota Medan*. 3(1), 68–82.
- Sobari, H. (2022). Store Atmosphere Dan Kualitas Pelayanan Sebagai Rujukan Keputusan Pembelian Di Pasar Modern. In *Cv. Global Aksara Pers* (Vol. 8). <http://www.nber.org/papers/w16019>
- Sudirjo, F., Wahyuningsih, D., Wijayanto, G., & Wahyono, D. (2024). *Teori Perilaku Kosumen Dan Strategi Pemasaran* (A. Asari (Ed.)). Pt Mafy Media Literasi Indonesia. 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
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Suhendar, A., Ramadani, P., Dewi, P. S., Lutfi, R., & Brahmana, S. T. (2023). Pengaruh Promosi, Kemudahan Penggunaan, Dan Kepercayaan Pelayanan Terhadap Kepuasan Penggunaan Shopee. *Jurnal Intekna*, 23(1), 99–107.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th Ed.). Cv. Andi Offset.
- Utami, S. (2023). Belanja Online Menjadi Trend Remaja Selama Pandemi Covid-19. *An-Nisa: Jurnal Studi Gender Dan Anak*, 13(1), 730–738.
- Wicaksono, S. R. (2022). *Teori Dasar Technology Acceptance Model* (Issue March). Cv. Seribu Bintang. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7754254>