

ABSTRAK

Pada saat ini di Indonesia muncul inovasi baru dalam bisnis di bidang transportasi yaitu Go-jek. Dimana Gojek merupakan suatu aplikasi yang menyediakan layanan transportasi umum seperti transportasi motor atau mobil yang bisa dipesan secara online oleh masyarakat luas. Sepertinya, Go-jek ini telah mengubah bagaimana masyarakat Indonesia menggunakan transportasi umum karena masyarakat selalu mengikuti tren yang ada di zaman digital dan salah satu trennya adalah layanan transportasi umum yang bisa dipesan dengan mudah dan cepat selama ada koneksi internet seperti Go-jek. Aplikasi Go-jek tidak hanya menyediakan layanan transportasi saja, tapi juga menyediakan layanan pesan antar makanan (*food delivery*), yang diberinama Go-Food. Kehadiran Go-Food di aplikasi Go-jek membuat orang bisa duduk manis di rumah sambil melihat-lihat makanan dan minuman yang ingin dipesan. Hal ini tentu memudahkan konsumen dalam memesan makanan, sehingga konsumen tidak perlu keluar rumah untuk membeli makanan.

Dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif. Terdapat variabel independen dan dependen dalam penelitian ini, untuk variabel independen yaitu Promosi (X1), Kualitas Layanan (X2) dan variabel dependen pada penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan (Y). Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan teknik non-probability dengan jenis purposive sampling dengan 130 responden.

Berdasarkan analisis deskriptif menjelaskan bahwa promosi dan kualitas layanan termasuk dalam kategori sangat baik, sama halnya pada kepuasan pelanggan termasuk dalam kategori sangat baik juga. Berdasarkan hasil penelitian bahwa secara parsial promosi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Go-Food. Secara parsial kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Go-Food. Kemudian secara simultan promosi dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Go-Food. Besarnya promosi dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan yaitu sebesar 55,7%, sedangkan sisanya 44,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Promosi, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Go-Food