

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR GRAFIK	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	17
1.2.1 Identifikasi Masalah	17
1.2.2 Rumusan Masalah	18
1.3 Tujuan Penelitian.....	18
1.4 Manfaat Penelitian.....	19
1.4.1 Manfaat Teoritis	19
1.4.2 Manfaat Praktis.....	19

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka	21
2.1.1 Teori Ilmu Manajemen (<i>Grand Theory</i>)	21
2.1.1.1 Pengertian Manajemen	21
2.1.1.2 Unsur – unsur Manajemen	22
2.1.1.3 Fungsi Manajemen.....	24
2.1.1.4 Tujuan Manajemen	26
2.1.1.5 Bidang – Bidang Manajemen	27
2.1.1.6 Tingkatan Manajemen	28
2.1.1.7 Prinsip – Prinsip Manajemen.....	30
2.1.2 Manajemen Pemasaran (<i>Middle Theory</i>)	32

2.1.2.1 Pemasaran	32
2.1.2.2 Manajemen Pemasaran	34
2.1.2.3 Bauran Pemasaran	35
2.1.2.4 Tujuan Manajemen Pemasaran.....	38
2.1.2.5 Fungsi Manajemen Pemasaran	39
2.1.2.6 Pemasaran Digital.....	40
2.1.2.7 <i>E-Commerce</i>	40
2.1.3 Kajian Variabel (<i>Applied Theory</i>)	48
2.1.3.1 <i>E-Service Quality</i> (Kualitas Layanan Elektronik) ...	48
2.1.3.2 <i>Customer Experience</i> (Pengalaman Pelanggan).....	51
2.1.3.3 Loyalitas Pelanggan.....	56
2.1.3.4 Perilaku Konsumsi Gen Z di Era Digital	60
2.1.4 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	63
2.2 Kerangka Pemikiran	65
2.2.1 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	66
2.2.2 Pengaruh <i>Customer Experience</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	67
2.2.3 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> dan <i>Customer Experience</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	68
2.3 Hipotesis Penelitian.....	70

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang digunakan	71
3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel	73
3.2.1 Definisi Variabel	73
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	75
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	76
3.3.1 Populasi	76
3.3.2 Sampel.....	77
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	79
3.4.1 Sumber Data.....	79
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	80
3.5 Teknik Analisis Data.....	81
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	82

3.5.2 Teknik Analisis Verifikatif.....	85
3.5.2.1 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).....	86
3.5.2.2 Pengaruh <i>Customer Experience</i> (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).....	89
3.5.2.2 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> (X1) dan <i>Customer Experience</i> (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	92
3.6 Tempat dan Waktu Penelitian.....	97
3.6.1 Tempat Penelitian	97
3.6.2 Waktu Penelitian.....	97
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	99
4.1.1 Gambar Umum GoFood.....	99
4.1.1.1 Profil GoFood	99
4.1.1.2 Logo Perusahaan.....	103
4.1.1.3 Visi dan Misi GoFood	104
4.1.2 Karakteristik Responden	106
4.1.3 Deskripsi Variabel Yang Diteliti.....	114
4.1.3.1 Deskripsi Hasil Penelitian Tentang <i>E-Service Quality</i> Pada Pengguna GoFood di Kalangan Gen Z Desa Baregbeg Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis	114
4.1.3.2 Deskripsi Hasil Peneltian Tentang <i>Customer Experience</i> Pada Pengguna GoFood di Kalangan Gen Z Desa Baregbeg Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis ...	142
4.1.3.3 Deskripsi Hasil Penelitian Tentang Loyalitas Pelanggan Pengguna GoFood di Kalangan Gen Z Desa Baregbeg Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis	157
4.1.4 Hasil Pengujian Hipotesis	174
4.1.4.1 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna GoFood di Kalangan Gen Z Desa Baregbeg Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis ...	174
4.1.4.2 Pengaruh <i>Customer Experience</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna GoFood di Kalangan Gen Z Desa Baregbeg Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis ...	183
4.1.4.3 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> dan <i>Customer Experience</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna	

GoFood di Kalangan Gen Z Desa Baregbeg Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis	183
4.2 Pembahasan	204
4.2.1 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna GoFood di Kalangan Gen Z Desa Baregbeg Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis	204
4.2.2 Pengaruh <i>Customer Experience</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna GoFood di Kalangan Gen Z Desa Baregbeg Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis	208
4.2.3 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> dan <i>Customer Experience</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna GoFood di Kalangan Gen Z Desa Baregbeg Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis .	211
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan.....	215
5.2 Saran.....	216
DAFTAR PUSTAKA	219
LAMPIRAN-LAMPIRAN	228

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Pra Survey Loyalitas Pelanggan Pengguna GoFood di Kalangan Gen Z Desa Baregbeg Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis	11
Tabel 1. 2 Tabel Interpretasi	12
Tabel 1. 3 Hasil Pra Survey <i>E-Service Quality</i> Pengguna GoFood di Kalangan Gen Z Desa Baregbeg Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis	13
Tabel 1. 4 Tabel Interpretasi	14
Tabel 1. 5 Hasil Pra Survey <i>Customer Experience</i> Pengguna GoFood di Kalangan Gen Z Desa Baregbeg Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis	15
Tabel 1. 6 Tabel Interpretasi	15
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	72
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	74
Tabel 3. 2 Bobot Niali dan Jawaban	80
Tabel 3. 3 Interpretasi Koefisien Korelasi dari Nilai r	86
Tabel 3. 4 Interpretasi Koefisien Korelasi dari Nilai r	89
Tabel 3. 5 Interpretasi Koefisien Korelasi dari Nilai r	92
Tabel 3. 6 Jadwal Kegiatan	96
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Generasi (Gen Z) ..	100
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	101
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Menggunakan Layanan	102
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Layanan	102
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	103
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	104
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir / Saat Ini	105
Tabel 4. 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Utama.....	106
Tabel 4. 9 Klasifikasi Penilaian Untuk Setiap Indikator Variabel X1, X2 dan Y	108
Tabel 4. 10 Pelanggan dapat mengakses platform GoFood dengan lancar saat memesan makanan secara <i>online</i>	109
Tabel 4. 11 Pelanggan menggunakan layanan GoFood tanpa mengalami gangguan sistem selama melakukan transaksi.	110
Tabel 4. 12 Pelanggan selalu dapat membuka aplikasi GoFood dengan stabil dan mudah kapan pun saat membutuhkan layanannya.	111
Tabel 4. 13 Pelanggan menerima pesanan makanan dari GoFood sesuai dengan menu yang dipesan melalui platform.....	112
Tabel 4. 14 Pelanggan memperoleh layanan pengantaran GoFood sesuai dengan waktu yang dijanjikan platform.	113
Tabel 4. 15 Pelanggan menerima pesanan makanan dari GoFood dalam kondisi yang baik saat pesanan tiba.	113

Tabel 4. 16 Pelanggan mempercayai GoFood dalam menjaga kerahasiaan data pribadi dari penyalahgunaan pihak yang tidak bertanggung jawab.	114
Tabel 4. 17 Pelanggan merasa informasi pembayaran aman ketika melakukan transaksi pada platform GoFood.	115
Tabel 4. 18 Pelanggan menilai GoFood sebagai platform terpercaya dalam mengelola keamanan data pengguna.	116
Tabel 4. 19 Pelanggan dapat mencari menu makanan dengan cepat menggunakan fitur pencarian yang tersedia di platform GoFood.	117
Tabel 4. 20 Pelanggan dapat menyelesaikan proses pemesanan makanan melalui GoFood dengan langkah-langkah yang singkat, cepat dan tidak membuang waktu.	118
Tabel 4. 21 Pelanggan dapat menghemat waktu dan tenaga dalam memesan makanan yang tersedia dalam aplikasi GoFood.	119
Tabel 4. 22 Pelanggan memperoleh respon yang cepat dan tepat dari pihak GoFood saat mengajukan keluhan dan pertanyaan terkait pesanan.	120
Tabel 4. 23 Pelanggan merasa terbantu dengan layanan GoFood yang segera menindaklanjuti setiap permasalahan tanpa penundaan.	121
Tabel 4. 24 Pelanggan menerima solusi atau tanggapan yang baik dari GoFood terhadap kendala dalam proses pemesanan makanan.	122
Tabel 4. 25 Pelanggan memperoleh kompensasi yang sesuai dari GoFood apabila pesanan yang diterima tidak sesuai dengan yang dipesan melalui platform.	123
Tabel 4. 26 Pelanggan mendapatkan pengembalian dana atau voucher dari GoFood ketika layanan yang diterima tidak memenuhi standar yang dijanjikan platform.	124
Tabel 4. 27 Pelanggan merasa terlindungi bertransaksi di platform GoFood berkat kebijakan kompensasi yang adil dan transparan.	125
Tabel 4. 28 Pelanggan dapat menemukan informasi kontak dan pusat bantuan GoFood dengan mudah.	126
Tabel 4. 29 Pelanggan dapat menghubungi <i>customer service</i> GoFood melalui berbagai media komunikasi.	127
Tabel 4. 30 Pelanggan mengetahui dengan jelas cara menghubungi GoFood melalui informasi kontak yang ditampilkan secara transparan di dalam platform.	127
Tabel 4. 31 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Untuk Variabel <i>E-Service Quality</i> (X1) Pada Pengguna GoFood di Kalangan Gen Z Desa Baregbeg Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis.	129
Tabel 4. 32 Pedoman Interpretasi Tentang <i>E-Service Quality</i>	133
Tabel 4. 33 Pelanggan merasa nyaman saat menggunakan layanan pada platform GoFood untuk memesan makanan.	134

Tabel 4. 34 Pelanggan mudah berinteraksi dengan aplikasi GoFood ketika melakukan transaksi pemesanan makanan online.	135
Tabel 4. 35 Pelanggan menikmati layanan digital GoFood dengan tampilan dan informasi menarik tanpa mengganggu pemesanan.....	136
Tabel 4. 36 Pelanggan dapat mengakses layanan GoFood dengan mudah kapan saja melalui smartphone yang dimiliki.	137
Tabel 4. 37 Pelanggan dapat mengakses layanan GoFood dengan mudah kapan saja melalui smartphone yang dimiliki.	138
Tabel 4. 38 Pelanggan menggunakan layanan GoFood secara praktis ketika memesan makanan secara online.	138
Tabel 4. 39 Pelanggan memperoleh manfaat setelah menggunakan layanan GoFood untuk memenuhi kebutuhan makanan sehari-hari secara praktis dan efisien.....	139
Tabel 4. 40 Pelanggan mendapatkan nilai tambah dari GoFood berupa beragam pilihan promo, restoran dan menu yang menguntungkan sebagai pelanggan.	140
Tabel 4. 41 Pelanggan merasa diuntungkan menggunakan GoFood dengan cara menghemat tenaga dan biaya transportasi dalam memesan makanan.	141
Tabel 4. 42 Pelanggan merasa nyaman menggunakan GoFood untuk memesan makanan sehari-hari tanpa keluar rumah.	142
Tabel 4. 43 Pelanggan merasa nyaman bertransaksi melalui GoFood karena tersedia berbagai pilihan metode pembayaran yang praktis dan aman.	143
Tabel 4. 44 Pelanggan dapat menikmati layanan pesan antar makanan GoFood dengan nyaman kapan saja dan di mana saja sesuai kebutuhan.	144
Tabel 4. 45 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Untuk Variabel <i>Customer Experience</i> (X2) Pada Pengguna GoFood di Kalangan Gen Z Desa Baregbeg Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis.....	144
Tabel 4. 46 Pedoman Interpretasi Tentang <i>Customer Experience</i>	147
Tabel 4. 47 Pelanggan menilai positif dan memiliki keterikatan emosional terhadap GoFood sebagai aplikasi pesan antar makanan yang digunakan.	149
Tabel 4. 48 Pelanggan menyukai GoFood sebagai aplikasi pesan antar makanan berdasarkan pengalaman positif yang dirasakan saat menggunakannya.....	149
Tabel 4. 49 Pelanggan merasakan kenyamanan dan kepuasan tinggi ketika bertransaksi di platform GoFood.....	150
Tabel 4. 50 Pelanggan berkeinginan menggunakan kembali layanan GoFood pada masa mendatang.....	151
Tabel 4. 51 Pelanggan melanjutkan penggunaan GoFood karena manfaat dan kemudahan pembayarannya.	152

Tabel 4. 52 Pelanggan memilih menggunakan GoFood dibandingkan aplikasi/platform pesan antar lainnya saat membeli makanan.	153
Tabel 4. 53 Pelanggan berencana melakukan pemesanan makanan kembali melalui GoFood setelah merasakan pengalaman yang memuaskan sebelumnya.....	154
Tabel 4. 54 Pelanggan tidak ragu memesan makanan kembali melalui GoFood karena pengalaman sebelumnya memuaskan.....	155
Tabel 4. 55 Pelanggan tetap menggunakan layanan GoFood meskipun tersedia aplikasi pesan antar makanan lainnya.....	156
Tabel 4. 56 Pelanggan bersedia merekomendasikan layanan GoFood kepada teman dan keluarga setelah menggunakan aplikasi tersebut.	157
Tabel 4. 57 Pelanggan bersedia menceritakan pengalaman positif setelah menggunakan GoFood kepada orang-orang terdekat.....	158
Tabel 4. 58 Pelanggan akan mendorong orang-orang di sekitar untuk menggunakan GoFood sebagai aplikasi pesan antar makanan pilihan mereka.	159
Tabel 4. 59 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Untuk Variabel Loyalitas Pelanggan (Y) Pada Pengguna GoFood di Kalangan Gen Z Desa Baregbeg Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis.....	159
Tabel 4. 60 Pedoman Interpretasi Tentang Loyalitas Pelanggan	163
Tabel 4. 61 Rekapitulasi Hasil Jawaban untuk Variabel <i>E-Service Quality</i> , <i>Customer Experience</i> dan Loyalitas Pelanggan pada Pengguna GoFood di Kalangan Gen Z Desa Baregbeg Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis	163
Tabel 4. 62 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna GoFood di Kalangan Gen Z Desa Baregbeg Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis.....	164
Tabel 4. 63 Nilai – Nilai Untuk Perhitungan Regresi dan Korelasi.....	173
Tabel 4. 64 Nilai – Nilai Untuk Perhitungan Regresi dan Korelasi.....	182
Tabel 4. 65 Rekapitulasi Uji Signifikansi Variabel <i>E-Service Quality</i> , <i>Customer Experience</i> dan Loyalitas Pelanggan pada Pengguna GoFood di Kalangan Gen Z Desa Baregbeg Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis	192

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Paradigma Penelitian.....	78
Gambar 3. 1 Langkah-Langkah Penelitian Kuantitatif	81
Gambar 4 1 Logo GoFood	97

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1. 1 Data Survey Aplikasi Pesan-Antar Makanan di Indonesia.....	10
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 SK Skripsi.....	228
Lampiran 2 Surat Izin Penelitian.....	229
Lampiran 3 Surat Balasan Penelitian	230
Lampiran 4 Populasi Desa Baregbeg Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis (Gen Z).....	231
Lampiran 5 Pra Survey Penelitian.....	231
Lampiran 6 Kuesioner Penelitian.....	239
Lampiran 7 Karakteristik Responden.....	244
Lampiran 8 Hasil Data Tabulasi X1 <i>E-Service Quality</i> (Kualitas Layanan Elektronik).....	252
Lampiran 9 Hasil Data Tabulasi X2 <i>Customer Experience</i> (Pengalaman Pelanggan).....	256
Lampiran 10 Hasil Data Tabulasi Y Loyalitas Pelanggan	259
Lampiran 11 Tabel Uji t.....	262
Lampiran 12 Tabel Uji f.....	263
Lampiran 13 Data Hasil Olah SPSS <i>E-Service Quality</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	264
Lampiran 14 Data Hasil Olah SPSS <i>Customer Experience</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	265
Lampiran 15 Data Hasil Olah SPSS <i>E-Service Quality</i> dan <i>Customer Experience</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	266
Lampiran 16 Riwayat Hidup	268