

ABSTRAK

Nama : Rahmadia
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh Kualitas Pengiriman dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Menggunakan Aplikasi Maxim Food Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediasi

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pengiriman dan persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada pelanggan aplikasi Maxim Food di kota Lhokseumawe. Latar belakang penelitian ini didasari oleh meningkatnya persaingan layanan pesan antar makanan berbasis aplikasi digital yang menuntut perusahaan untuk menjaga kualitas layanan dan penetapan harga yang kompetitif guna mempertahankan loyalitas pelanggan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis data menggunakan SEM berbasis *Partial Least Square* (PLS). Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara daring kepada 126 responden yang merupakan konsumen pengguna aplikasi Maxim Food di kota Lhokseumawe. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pengiriman berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dan terjadi efek mediasi dari variabel kepuasan pelanggan secara parsial (*partial mediation*). Kemudian, persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan namun tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, sehingga variabel kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara persepsi harga dan loyalitas pelanggan secara penuh (*full mediation*). Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas pengiriman serta penetapan harga yang sesuai dengan persepsi pelanggan dapat meningkatkan kepuasan, yang pada akhirnya mendorong loyalitas pelanggan Maxim Food.

Kata kunci: Maxim Food, Kualitas Pengiriman, Persepsi Harga, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

Nama : Rahmadia
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh Kualitas Pengiriman dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Menggunakan Aplikasi Maxim Food Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediasi

This study aims to analyze the effect of delivery quality and price perception on customer loyalty, with customer satisfaction as a mediating variable among Maxim Food application users in Lhokseumawe City. The background of this study is driven by the increasing competition in digital-based food delivery services, which requires companies to maintain service quality and competitive pricing in order to sustain customer loyalty. This study employed a quantitative approach, with data analysis conducted using Structural Equation Modeling (SEM) based on Partial Least Square (PLS). Data were collected through online questionnaires distributed to 126 respondents who are consumers of the Maxim Food application in Lhokseumawe City. The results indicate that delivery quality has a positive and significant effect on customer satisfaction and customer loyalty, with customer satisfaction partially mediating this relationship (partial mediation). Furthermore, price perception has a significant effect on customer satisfaction but does not directly affect customer loyalty, indicating that customer satisfaction fully mediates the relationship between price perception and customer loyalty (full mediation). These findings suggest that improving delivery quality and setting prices in line with customer perceptions can enhance customer satisfaction, which in turn promotes customer loyalty to Maxim Food.

Keywords: Maxim Food, Kualitas Pengiriman, Persepsi Harga, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.