

ABSTRAK

Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Customer Loyalty Online Food Delivery Platform GoFood pada Generasi Milenial di Area Jabodetabek

Pandemi Covid – 19 mengakibatkan perubahan pola perilaku konsumsi masyarakat Indonesia, yaitu yang sebelumnya melakukan pembelian secara *offline* kini, beralih ke *online*. Masyarakat Indonesia yang sebelumnya melakukan *dine in* di restoran, kini mengandalkan *Online Food Delivery*. Oleh karena, setiap masyarakat Indonesia menggunakan Online Food Delivery, maka persaingan antara setiap platform berlangsung semakin ketat baik GoFood, GrabFood, dan platform OFD lainnya. Walaupun, terjadi persaingan yang ketat, GoFood tetap menjadi pilihan utama masyarakat Indonesia namun, GoFood masih memiliki banyak keluhan akan layanan yang diberikan. Keluhan yang ada tentunya membuat *platform* GoFood perlu untuk fokus terhadap kualitas layanan elektronik, kualitas makanan yang diberikan kepada konsumen sehingga dapat memperoleh loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan dapat dicapai dengan apabila konsumen merasa puas dan merasa nilai manfaat yang diperoleh sebanding dengan uang yang telah dikeluarkan. Oleh karena itu, maka penting dilakukannya penelitian ini yang membahas tentang faktor *e-service quality* dan *food quality* yang mempengaruhi customer loyalty, dimana customer satisfaction serta perceived value sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dan jenis penelitian yang digunakan adalah kausal. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner elektronik yaitu Google Forms. Responden pada penelitian ini adalah masyarakat Indonesia yang berdomisili di Jabodetabek, generasi milenial dan memiliki aplikasi GoFood dalam Gadgetnya dan pengguna aktif. Jumlah sampel yang diperoleh dalam penelitian ini sebanyak 160 responden yang ditentukan dengan metode *nonprobability purposive sampling*. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan SmartPLS 3.3.3 Hasil yang diperoleh pada penelitian ini adalah *e-service quality* dan *food quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* secara langsung maupun secara tidak langsung yang dimediasi oleh *customer satisfaction* dan *customer loyalty*. Lalu, *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *food quality*. Adapun saran bagi perusahaan yang bergerak di bidang online food delivery khususnya platform GoFood adalah dengan memperhatikan kualitas web, kualitas makanan, meningkatkan kenyamanan dan perlunya meninjau ulang penilaian yang diberikan konsumen. Saran bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat membahas mengenai platform online food delivery lainnya seperti Shopeefood, Traveloka eats yang merupakan pendatang baru di bidang Online food delivery dan diharapkan untuk meneliti generasi lainnya seperti generasi Z, karena pada dasarnya, generasi Z merupakan generasi yang sangat lekat pada internet.

Kata Kunci: *E- Service Quality, Food Quality, Perceived Value, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Generasi Milenial.*