

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP  
PELAYANAN *FOOD MARKETPLACE* (*SHOPEEFOOD* DAN  
*GRABFOOD*) DI KOTA SURABAYA DENGAN PENDEKATAN  
*CUSTOMER VALUE ANALYSIS (CVA)***

**SKRIPSI**



**Oleh :**

**QUDSIYAH QURROTUL A'YUN**

**NPM : 18032010146**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI**

**FAKULTAS TEKNIK**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"**

**JAWA TIMUR**

**SURABAYA**

**2022**

**SKRIPSI**

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PELAYANAN *FOOD*  
*MARKETPLACE (SHOPEEFOOD DAN GRABFOOD)* DI KOTA  
SURABAYA DENGAN PENDEKATAN *CUSTOMER VALUE ANALYSIS*  
(CVA)**

Disusun Oleh:

**OUDSIYAH QURROTUL A'YUN**  
18032010146

Telah dipertahankan dihadapan Tim Penguji Skripsi dan diterima oleh  
Publikasi Jurnal Akreditasi Sinta 1-3  
Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur Surabaya  
Pada Tanggal : 22 Juni 2022

Tim Penguji :

1.

Ir. Bidi Samanhudi, MMT  
NIP. 19580625 1985031 1 001

2.

Ir. M. Tutuk Safirin, MT  
NIP. 1963040619893 1 001

Pembimbing

1.

Dr. Ir. Minto Waluyo, MM  
NIP. 19611130 199003 1 001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Teknik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Surabaya

Dr. Dra. Jariyah, MP  
NIP. 19650403 199103 2 001









## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Qudsiyah Qurrotul A'yun  
NPM : 18032010146  
Program Studi : Teknik Industri  
Alamat : Jl Rungkut Asri Timur XVIII 22 B  
No. HP : 081233867439  
Alamat e-mail : qurrotuayun190@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa isi sebagian maupun keseluruhan skripsi saya dengan judul :

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PELAYANAN *FOOD MARKETPLACE (SHOPEEFOOD DAN GRABFOOD)* DI KOTA SURABAYA DENGAN PENDEKATAN *CUSTOMER VALUE ANALYSIS (CVA)***

Adalah benar penelitian saya sendiri atau bukan plagiat hasil penelitian orang lain, diselesaikan tanpa menggunakan bahan-bahan yang tidak diijinkan dan saya ajukan sebagai persyaratan kelulusan program sarjana Teknik Industri Fakultas Teknik UPN "Veteran" Jawa Timur. Apabila ternyata pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 27 Juni 2022

Mengetahui,

Koorprogdi Teknik Industri

Dr. Dira Ernawati, ST., MT  
NP3K. 19780602 202121 2 003

Yang Membuat Pernyataan

Qudsiyah Qurrotul A  
NPM. 18032010146

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang maha pengasih serta penyayang, tiada hal yang mulia selain Engkau ya Rabb, kasih dan sayang-MU tidak akan pernah habis untuk hamba-MU sampai saat ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan *Food Marketplace (ShopeeFood dan GrabFood)* di Kota Surabaya dengan Pendekatan *Customer Value Analysis (CVA)*.

Sholawat serta salam semoga tetap tercurah kepada Nabi Muhammad SAW yang berkepribadian luar biasa yang bisa menjadi teladan bagi seluruh umat di dunia ini. Ialah seseorang yang membawa perubahan ke arah yang lebih baik, dari zaman kegelapan menuju ke zaman yang terang benderang seperti saat ini.

Kedamaian adalah salah satu ciri khas Nabi Muhammad SAW dalam menyatukan umatnya. Cinta serta kasih sayang dalam membantu antar sesama itu lah yang selalu ia terapkan. Semangat yang membara bagaikan api unggun yang sedang menyala itulah yang ditularkan kepada kita semua untuk selalu bersemangat dalam menjalani kehidupan. Kehidupan di dunia tidak selamanya mulus, tetapi kehidupan itu penuh lika-liku, suka dan duka, dan penuh perjuangan.

Skripsi ini disusun guna mengikuti syarat kurikulum tingkat sarjana (S1) bagi setiap mahasiswa Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih kurang sempurna, penulis menerima adanya saran dan kritik untuk membenahinya.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini dapat berjalan dengan baik karena dukungan dari banyak pihak. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT. Selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
2. Ibu Dr. Dra. Jariyah, MP. Selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Dira Ernawati, ST. MT. Selaku Koordinator Program Studi Teknik Industri Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Dr. Ir. Minto Waluyo, MM. Selaku Dosen Pembimbing Program Studi Teknik Industri Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Bapak penguji yang membantu dalam membenahan laporan skripsi penulis ini serta bantuan lain-lainnya.
6. Semua dosen yang pernah mengajar dan membimbing penulis dan juga staff UPN yang membantu penulis dalam proses pencapaian skripsi ini.
7. Ayahanda Imam Ashari dan Ibunda Nanik Farida tercinta atas segala bantuan, bimbingan, dorongan serta doa restu yang diberikan kepada penulis selama mengikuti studi.
8. Seluruh keluarga tersayang yang senantiasa mendoakan dan memberikan semangat dalam penyelesaian skripsi ini.

9. Terimakasih kepada M Luthfi Al-Fauzi yang penuh kesabaran menemani dalam mengerjakan skripsi ini, memberikan perhatian dan semangat.
10. Terimakasih kepada Maulidyah Rahmah dan Farah Ayu Febiola yang saling menyemangati dalam terselesaikannya skripsi masing-masing.
11. Terimakasih kepada Nunu, Dita, Bryna, Adis, Aulia, dan Fifi yang telah memberikan motivasi dan dorongan demi terselesaikannya skripsi ini.
12. Dan kepada seluruh kawan-kawan yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang sudah setia memberikan dukungan.

Penulis sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dan dapat membantu penulis dimasa mendatang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat sekaligus dapat menambah wawasan serta berguna bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 18 Juli 2022

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	
<b>BAB I     PENDAHULUAN</b>	
1.1.    Latar Belakang.....	1
1.2.    Perumusan Masalah .....	6
1.3.    Batasan Masalah .....	6
1.4.    Asumsi – Asumsi .....	7
1.5.    Tujuan Penelitian .....	7
1.6.    Manfaat Penelitian .....	7
1.7.    Sistematika Penelitian .....	8
<b>BAB II    TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1     Nilai dan Kepuasan Konsumen.....	10
2.1.1 <i>Customer Value</i> (Nilai Konsumen).....	10
2.1.2    Produk.....	13
2.1.3    Jasa .....	18
2.1.3.1    Klasifikasi Jasa.....	18
2.1.4    Konsep Kualitas Pelayanan .....	20



2.1.5	Konsep Pelanggan.....	23
2.1.6	Harapan Pelanggan.....	24
2.1.7	Presepsi Pelanggan.....	26
2.1.8	Kepuasan Pelanggan ( <i>Customer Satisfaction</i> ).....	27
2.1.9	Harga Produk .....	29
2.2	Pengertian <i>E-Commerce</i> .....	30
2.2.1	Klasifikasi <i>E-Commerce</i> .....	31
2.3	Pengertian Generasi Z.....	32
2.4	Pengertian <i>Customer Value Analysis</i> .....	33
2.5	Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	37
2.5.1	Populasi.....	37
2.5.2	Pennentuan Jumlah Sampel .....	37
2.5.3	Teknik Sampling.....	37
2.5.4	Teknik Pengumpulan Data.....	38
2.5.5	Pengertian Uji Kecukupan Data .....	39
2.5.6	Pengertian Uji Validitas .....	39
2.5.7	Uji Realibilitas .....	40
2.5.8	Teknik Analisis Data .....	41
2.6	Kerangka Berpikir.....	43
2.7	Penelitian Terdahulu .....	44

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1	Tempat dan Waktu penelitian.....	50
3.2	Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel .....	50

3.2.1	Variabel Bebas .....	50
3.2.2	Variabel Terikat .....	50
3.2.3	Sub Variabel Penelitian .....	51
3.3	Metode Pengumpulan data.....	51
3.4	Langkah - Langkah Pemecah Masalah .....	52

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1	Pengumpulan Data.....	58
4.1.1	Penyusunan Kuesioner dan Penentuan Jumlah Sempel .....	59
4.1.2	Penyebaran Kuesioner .....	60
4.1.3	Uji Kecukupan Data .....	61
4.1.4	Validitas dan Reliabilitas .....	62
4.2	Pengolahan data Kuesioner .....	66
4.2.1	Perhitungan Nilai Rata-Rata Presepsi dan Harapan Pelanggan.....	67
4.2.2	Penentuan Faktor-faktor Kualitas .....	69
4.2.3	Perhitungan Jumlah Gap Faktor .....	72
4.2.4	Presentase Perpindahan Pelanggan .....	75
4.2.5	Perhitungan Jumlah Nilai Relatif .....	75
4.2.6	<i>Customer Value Map (CVA)</i> .....	83
4.3	Pembahasan .....	84

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1	Kesimpulan .....	90
-----	------------------	----

5.2	Saran .....	91
-----	-------------	----

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Nilai GMV Layanan Pesan Antar Makanan di Asia Tenggara 2020 .....	2
Gambar 2.1	Kerangka Berpikir .....	43
Gambar 3.1	Langkah - Langkah Pemecahan Masalah .....	54
Gambar 4.1	Grafik Kategorisasi Data .....	80
Gambar 4.2	<i>Customer Value Map (CVA)</i> .....	84



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Pra Survei .....	4
Tabel 2.1	Klasifikasi <i>E-Commerce</i> .....	31
Tabel 2.2	Pedoman Pengukuran Skala Likert Kuesioner Presepsi .....	41
Tabel 2.3	Pedoman Pengukuran Skala Likert Kuesioner Harapan .....	42
Tabel 2.4	Hasil Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang .....	48
Tabel 3.1	Sub Variabel Penelitian .....	51
Tabel 4.1	Atribut Kualitas Pelayanan Jasa <i>ShopeeFood Delivery</i> dan <i>GrabFood Delivery</i> di Kota Surabaya .....	58
Tabel 4.2	Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia .....	61
Tabel 4.3	Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	61
Tabel 4.4	Klasifikasi Responden Berdasarkan Lama Berlangganan (Selama 3 Bulan Terakhir) .....	61
Tabel 4.5	Uji Validitas Indikator Tingkat Presepsi Pelanggan Pada Layanan <i>ShopeeFood Delivery</i> .....	63
Tabel 4.6	Uji Validitas Indikator Tingkat Presepsi Pelanggan Pada Layanan <i>GrabFood Delivery</i> .....	64
Tabel 4.7	Uji Validitas Indikator Tingkat Harapan Pelanggan Pada Layanan <i>ShopeeFood Delivery</i> .....	65
Tabel 4.8	Uji Reliabilitas Presepsi Pelanggan dan Harapan Pelanggan .....	66
Tabel 4.9	Nilai Rata-Rata Harapan Pelanggan .....	67
Tabel 4.10	Nilai Rata-Rata Presepsi Pelanggan .....	68

Tabel 4.11	KMO and <i>Bartlett,s Test</i> .....	69
Tabel 4.12	<i>Rotated Component Matrix</i> .....	70
Tabel 4.13	Faktor Kualitas Hasil Analisis Faktor.....	71
Tabel 4.14	Tabel Penyesuaian Faktor Dengan Atribut.....	72
Tabel 4.15	Mean Bobot faktor Kualitas.....	73
Tabel 4.16	Jumlah Nilai Gap Terbobot Faktor Kedua <i>Food Delivery</i> .....	74
Tabel 4.17	Rekap Data Pernyataan Responden .....	75
Tabel 4.18	Jumlah Nilai Gap per Faktor.....	76
Tabel 4.19	Nilai <i>Score Market Perceived Quality Profile</i> per <i>Food Delivery</i> .....	77
Tabel 4.20	Nilai <i>Score Market Perceived Quality Profile</i> Perbandingan....	78
Tabel 4.21	Nilai Rasio per <i>Food Delivery</i> .....	79
Tabel 4.22	Nilai Rasio MPQP per <i>Food Delivery</i> .....	80
Tabel 4.23	Nilai Rasio MPQP per <i>Food Delivery</i> .....	80
Tabel 4.24	Mean Skor Atribut Harga .....	81
Tabel 4.25	<i>Score Market Perceived Price Profile</i> (Perbandingan) .....	82
Tabel 4.26	Nilai <i>Market Perceived Price Profile</i> (MPPP) .....	83
Tabel 4.27	Nilai MPPP per <i>Food Delivery</i> .....	83

## ABSTRAK

Sebuah perusahaan agar mampu bersaing dengan perusahaan lainnya dimasa perkembangan zaman yang semakin pesat tentunya harus memperhatikan faktor-faktor utama yang mampu menarik konsumen/pelanggan untuk terus menggunakan jasa atau pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut. Dengan perkembangan yang ada saat ini menyebabkan masyarakat menuntut perusahaan untuk terus meningkatkan pelayanannya semakin lebih baik sesuai dengan harapannya melalui unsur-unsur yang ada dalam pelayanan yang diberikan kepada masyarakat sehingga para pelanggan merasa puas atas pelayanan yang ada. Tujuan pada penelitian ini yakni untuk mengetahui kepuasan pelanggan berdasarkan posisi dari *Customer Value Map* pada *Shopeefood Delivery*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan *Customer Value Analysis (CVA)*. Dengan menggunakan desain aplikasi, reliabilitas, customer servis, dan keamanan sebagai variabel bebas dan kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat. Hasil penelitian ini menemukan bahwa harga *Shopeefood* dinilai lebih mahal dibandingkan *Grabfood* serta kualitas pelayanan yang diberikan *Grabfood* lebih baik dibandingkan dengan *Shopeefood*. Sehingga memungkinkan pelanggan berpindah ke *Grabfood Delivery* sebagai pesaingnya cukup besar.

**Kata Kunci** : *Customer Value Analysis*; *Kepuasan Pelanggan*; *Shopeefood*.

## ***ABSTRACT***

*A company in order to be able to compete with other companies in the era of increasingly rapid development of course must pay attention to the main factors that are able to attract consumers/customers to continue to use the services or services provided by the company. With current developments, people demand that companies continue to improve their services to be better in accordance with their expectations through the existing elements in the services provided to the community so that customers feel satisfied with the existing services. The purpose of this study is to determine customer satisfaction based on the position of the Customer Value Map on Shopeefood Delivery. This study uses a quantitative method with a Customer Value Analysis (CVA) approach. By using application design, reliability, customer service, and security as independent variables and customer satisfaction as the dependent variable. The results of this study found that the price of Shopeefood is considered more expensive than Grabfood and the quality of service provided by Grabfood is better than Shopeefood. This allows customers to switch to Grabfood Delivery as its competitor is quite large.*

***Keywords : Customer Value Analysis; Kepuasan Pelanggan; Shopeefood***