

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN GRABFOOD
MELALUI *USER EXPERIENCE* DENGAN MENGGUNAKAN
*PIECES FRAMEWORK***

Skripsi

**Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Pariwisata**



Disusun oleh :

Rena Savrila Andriani

NIM 1702920

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN INDUSTRI KATERING
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2022

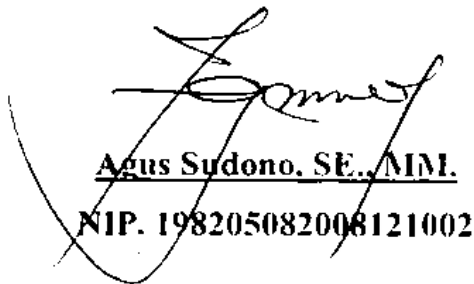
LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN GRABFOOD MELALUI
USER EXPERIENCE DENGAN MENGGUNAKAN *PIECES FRAMEWORK***

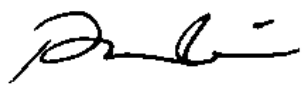
Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II




Agus Sudono, SE., MM.
NIP. 198205082008121002



Rijal Khaerani, S.Si., M.Stat.
NIP. 198508212019031006

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Industri Katering



Dr. Dewi Turgarini, S.S., M.M.Par.
NIP. 197003202008122001

LEMBAR HAK CIPTA

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN GRABFOOD
MELALUI USER EXPERIENCE DENGAN MENGGUNAKAN
PIECES FRAMEWORK**

Oleh Rena Savrila Andriani
1702920

Skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Pariwisata pada Program Studi Manajemen Industri Katering
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Rena Savrila Andriani Universitas Pendidikan Indonesia
Juli 2022

Hak cipta dilindungi Undang-Undang.
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan
dicetak ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa izin penulis.

Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Grabfood Melalui *User Experience* Dengan Menggunakan *Pieces Framework*

Rena Savrila Andriani

1702920

ABSTRAK

Wabah COVID-19 yang melanda Indonesia beberapa tahun terakhir mengakibatkan terjadinya pembatasan ruang gerak pariwisata termasuk wisata kuliner. Salah satu strategi yang diambil para pengusaha kuliner adalah dengan menggunakan layanan *online food delivery*. Berdasarkan hasil pra survey mengenai pengalaman pengguna dalam menggunakan layanan *online food delivery* diketahui bahwa Grabfood merupakan aplikasi yang paling kurang memuaskan. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen Grabfood melalui *user experience* dengan menggunakan *PIECES framework*. Jenis penelitian dan metode yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif verifikatif. Data diperoleh dari penyebaran kuisioner kepada 140 orang responden yang pernah menggunakan layanan Grabfood dengan menggunakan teknik *nonprobability sampling* secara aksidental. Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik, dan pengujian hipotesis. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh instrument penelitian valid dan reliabel untuk diteliti dan dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel *PIECES framework* yaitu *performance, information, economic, control & security, efficiency, dan service* berkontribusi sebesar 59,6% terhadap kepuasan konsumen dan memiliki pengaruh simultan positif dengan masing-masing variabel memiliki pengaruh parsial positif terhadap kepuasan konsumen Grabfood.

Kata kunci: *User Experience; PIECES Framework; Kepuasan Konsumen; Grabfood*

Analysis of Grabfood's Customer Satisfaction Levels Through User Experience Using Pieces Framework

Rena Savrila Andriani

1702920

ABSTRACT

The COVID-19 outbreak that has hit Indonesia in recent years has resulted in restrictions on the space for tourism, including culinary tourism. One of the strategies taken by culinary entrepreneurs is to use online food delivery services. Based on the results of a pre-survey regarding user experience in using online food delivery services, it is known that Grabfood is the most unsatisfactory application. This study aims to analyze the level of customer satisfaction of Grabfood through user experience using the PIECES framework. The type of research and the method used is quantitative descriptive verification. Data was obtained from distributing questionnaires to 140 respondents who had used the Grabfood service using accidental non-probability sampling technique. The data analysis technique used is validity test, reliability test, multiple linear regression analysis, classical assumption test, and hypothesis testing. The test results show that all research instruments are valid and reliable to study and it can be concluded that all PIECES framework variables, namely performance, information, economic, control & security, efficiency, and service contribute 59.6% to customer satisfaction and have a positive simultaneous effect with each variable has a positive partial effect on Grabfood's customer satisfaction.

Keywords: User Experience; PIECES Framework; Customer Satisfaction; Grabfood

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR HAK CIPTA	iii
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Landasan Teori.....	11
2.1.1. Pariwisata.....	11
2.1.2. Wisata Kuliner	13
2.1.3. Jasa.....	13
2.2. Aplikasi <i>Food Delivery</i>	14
2.2.1. Aplikasi Mobile	14
2.2.2. <i>Online Food Delivery/Layanan Pesan Antar Daring</i>	14
2.3. <i>User Experience</i>	15
2.4. Metode <i>PIECES/ PIECES Framework</i>	15
2.5. Kepuasan Konsumen	18
2.5.1. Pengertian Kepuasan Konsumen	18
2.5.2. Atribut Kepuasan Konsumen	18
2.6. Penelitian Terdahulu	19
2.7. Kerangka Pemikiran.....	23
2.8. Hipotesis	25

BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN.....	26
3.1. Subjek dan Objek Penelitian.....	26
3.1.1. Subjek Penelitian.....	26
3.1.2. Objek Penelitian.....	26
3.2. Metode Penelitian.....	26
3.2.1. Jenis dan Metode yang digunakan.....	26
3.2.2. Operasionalisasi Variabel.....	28
3.2.3. Jenis dan Sumber Data.....	31
3.2.4. Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	32
3.2.4.1. Populasi.....	32
3.2.4.2. Sampel.....	32
3.2.4.3. Teknik Penarikan Sampel.....	33
3.2.5. Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.2.6. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	34
3.2.6.1. Uji Validitas.....	34
3.2.6.2. Uji Reliabilitas.....	37
3.2.7. Teknik Analisis Data dan Hipotesis.....	39
3.2.7.1. Analisis deskriptif.....	39
3.2.7.2. Analisis Verifikatif.....	40
3.2.7.3. Uji Asumsi Klasik.....	41
3.2.7.4. Analisis Koefisien Korelasi.....	42
3.2.7.5. Koefisien Determinasi.....	43
3.2.8. Uji Hipotesis.....	43
3.2.8.1. Uji Parsial (Uji T).....	43
3.2.8.2. Uji Simultan (Uji F).....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	46
4.2. Karakteristik dan Pengalaman Responden.....	47
4.2.1. Karakteristik Responden.....	47
4.2.2. Pengalaman Responden.....	49
4.3. Hasil Tanggapan Responden.....	50
4.3.1. Hasil Tanggapan Responden Mengenai Analisis PIECES Grabfood.....	50
4.3.2. Hasil Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Konsumen Grabfood.....	64

4.4.	Hasil Analisis Verifikatif	67
4.5.	Hasil Uji Asumsi Klasik	69
4.5.1.	Hasil Uji Normalitas	69
4.5.2.	Hasil Uji Multikolinearitas.....	70
4.5.3.	Hasil Uji Heteroskedasitas	71
4.6.	Hasil Analisis Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi	73
4.7.	Hasil Uji Hipotesis.....	75
4.7.1.	Hasil Uji Parsial (Uji T).....	75
4.7.2.	Hasil Uji Simultan (Uji F).....	76
4.8.	Pembahasan.....	77
4.8.1.	Pengaruh Analisis PIECES terhadap Kepuasan Konsumen	77
4.8.2.	Pengaruh Dimensi <i>Performance</i> terhadap Kepuasan Konsumen	77
4.8.3.	Pengaruh Dimensi <i>Information</i> terhadap Kepuasan Konsumen	78
4.8.4.	Pengaruh Dimensi <i>Economic</i> terhadap Kepuasan Konsumen	78
4.8.5.	Pengaruh Dimensi <i>Control & Security</i> terhadap Kepuasan Konsumen.....	79
4.8.6.	Pengaruh Dimensi <i>Efficiency</i> terhadap Kepuasan Konsumen	79
4.8.7.	Pengaruh Dimensi <i>Service</i> terhadap Kepuasan Konsumen	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		81
5.1.	Kesimpulan	81
5.2.	Saran	82
DAFTAR PUSTAKA		83
DAFTAR LAMPIRAN		85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Kota Bandung	2
Gambar 1. 2 Persentase Pengguna Aplikasi Pesan-Antar Makanan	4
Gambar 1. 3 Pengeluaran Rutin per Bulan Selama Pandemi Semua Platform	5
Gambar 1. 4 Estimasi Rata-Rata Pengeluaran Bulanan Selama Pandemi	5
Gambar 1. 5 Persentase Aplikasi Yang Kurang Memuaskan	7
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	24
Gambar 4. 1 Logo Grab	46
Gambar 4. 2 Logo Grabfood	46
Gambar 4. 3 Wilayah Tanggapan Responden Terhadap <i>Performance</i> Grabfood.....	52
Gambar 4. 4 Wilayah Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Information</i>	55
Gambar 4. 5 Wilayah Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Economic</i>	57
Gambar 4. 6 Wilayah Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Control & Security</i>	59
Gambar 4. 7 Wilayah Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Efficiency</i>	62
Gambar 4. 8 Wilayah Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Service</i>	64
Gambar 4. 9 Wilayah Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen.....	67

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	28
Tabel 3. 2 Jenis dan Sumber Data.....	31
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian	35
Tabel 3. 4 Tingkat Keandalan Cronhbach's Alpha.....	38
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	38
Tabel 3. 6 Kriteria Penafsiran Jawaban Responden.....	40
Tabel 3. 7 Interpretasi Koefisien Korelasi	43
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden.....	47
Tabel 4. 2 Pengalaman Responden	49
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Performance	50
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Information	52
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Economic	55
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Control & Security	57
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Efficiency	60
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Service	62
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen	65
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	67
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas	69
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas	70
Tabel 4. 13 Hasil Uji Heteroskedasitas	71
Tabel 4. 14 Hasil Analisis Koefisien Korelasi Per Variabel Dimensi	73
Tabel 4. 15 Hasil Analisis Korelasi dan Koefisien Determinasi Seluruh Variabel.....	74
Tabel 4. 16 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	75
Tabel 4. 17 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	76

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2013). *Strategic Marketing : Sustaining Lifetime Customer Value*. Raja Grafindo Persada.
- Chen, & Lin. (2014). The Impact of Customer Experience and Perceived Value on Sustainable Social Relationship in Blogs: An Empirical Study. *Technological Forecasting & Social Change*.
- Creswell, J. W. (2017). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Pustaka Pelajar.
- Garrett, J. J. (2011). *The Elements Of User Experience: User Centered Design For The Web and Beyond*. New Riders.
- Ghazali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 25 (Edisi 9)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Green, G. P., & Dougherty, M. L. (2012). Localizing Linkages for Food and Tourism: Culinary Tourism as a Community Development Strategy. *Journal of the Community Development Society*.
- Hawkins, D. . I., & Lonney, C. (2007). *Consumer Behaviour: Building Marketing Strategy*. McGraw-Hill.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran (Edisi 12)*. PT. Indeks.
- Murray, G., & Perera, A. (2011). *Singapore : The Global City-State*. St. Martin's Press.
- Narimawati, U. (2010). *Metodologi Penelitian : Dasar Penyusun Penelitian Ekonomi*. Genesis.
- Pratiwi, Tribiani, Rindawati, Samsirina, & Suryansah. (2015). *Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat*. Sekolah Arsitektur Perencanaan dan Pengembangan Kebijakan.
- Prayogo, R. R. (2018). *Perkembangan Pariwisata Dalam Perspektif Pemasaran*. PT Lontar Digital Asia.
- Pressman, R. S., & Bruce, M. R. (2014). *Software Engineering: A Practitioner's Approach (8th editio)*. 2 Penn Plaza.
- Solomon, M. R. (2019). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being (Edisi 13)*. Pearson.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suryadana, M. L., & Octavia, V. (2015). *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa - prinsip, penerapan, dan penelitian (Edisi Pert)*. Penerbit Andi.

- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Penerbit Andi.
- Utomo, T. A., Yuwono, B. D., & Amarrohman, F. J. (2017). *Aplikasi Sistem Informasi Geografis Berbasis Web Dan Android Untuk Pemilihan Jalur Alternatif Menuju Tempat Pariwisata (Studi Kasus: Kota Wisata Cibubur Dan Jungleground, Kabupaten Bogor)*. 6(April), 1–11.
- Wetherbe, J. C., & Vitalari, N. P. (2012). *Systems Analysis and Design: Best Practices* (4th Editio). West Pub. Co.
- Wibisono. (2017). *Metode Statistik*. Gadjah Mada University Press.
- Wiyata, Putri, & Gunawan. (2020). Pengaruh Customer Experience, Ease of Use, dan Customer Trust Terhadap Repurchase Intention Konsumen Situs Jual Beli Online Shopee. *Cakrawala*.
- Yeoti, O. A. (2016). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Balai Pustaka.