

ABSTRAK

Ahmad Syarwani. 2022. *Pengaruh Promosi, Citra Merek, dan Tarif Terhadap Loyalitas Konsumen Layanan Pesan Antar Makanan Melalui Grabfood di Kota Amuntai*. Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Rohana Faridah, S.E., M.M.

Kata Kunci: promosi, citra merek, tarif, dan loyalitas konsumen.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh berkembangnya bisnis jasa yang semakin beragam dalam memenuhi kebutuhan hidup manusia, contohnya bisnis jasa di sektor transportasi. Pada era globalisasi 4.0 saat ini, semua kegiatan dan mobilitas banyak menggunakan teknologi berbasis daring (*online*) yang mana salah satunya adalah jasa ojek *online* layanan pesan antar makanan yang bisa di gunakan pada *smarthphone*. Kemudahan dalam menggunakan *smartphone* dimanapun dan kapanpun menjadi alasan dimana jasa ojek *online* semakin diminati.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel promosi, citra merek, dan tarif terhadap loyalitas konsumen pesan antar makanan melalui Grabfood di kota Amuntai, baik secara simultan maupun secara parsial.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis kuantitatif deskriptif dengan cara penelitian lapangan menggunakan metode survei. Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat yang pernah atau sedang menggunakan layanan Grabfood di kota Amuntai. Dengan metode *unknown populations* menghasilkan sampel berjumlah 100 responden. Cara mendapatkan data adalah dengan mengisi angket kuesioner. Data tersebut dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis linier berganda, uji koefisien determinasi, uji F, dan uji T menggunakan bantuan SPSS 22 *for windows*.

Hasil analisis data penelitian ini yaitu: adanya pengaruh variabel X_1 , X_2 , dan X_3 terhadap variabel Y secara simultan dibuktikan dengan hasil uji F_{hitung} 78,164 dan F_{tabel} 2,70, maka $78,164 > 2,70$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dan secara parsial masing-masing variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.