

# **ANALISIS PERAN KEPERCAYAAN, ULASAN, DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN GOFOOD (STUDI KASUS DI KECAMATAN MEDAN PETISAH)**

**Livia Melany<sup>1</sup> Maureen Mauretta Tandhika<sup>2</sup> Winny Gabyella Tampubolon<sup>3</sup>**  
**Program Studi Manajemen**  
**Faculty of Economy, Universitas Prima Indonesia**

## **Abstrak**

Perkembangan teknologi digital meningkatkan penggunaan layanan pengantaran makanan karena dinilai praktis dan efisien, namun dalam persaingan industri online food delivery di Indonesia, posisi GoFood cenderung melemah dibandingkan GrabFood yang stabil mendominasi dan ShopeeFood yang terus bertumbuh. Penurunan daya saing ini dipengaruhi oleh menurunnya loyalitas pelanggan akibat keluhan seperti keterlambatan pengantaran, biaya tambahan yang kurang transparan, serta promosi yang tidak konsisten. Ketidaksesuaian diskon dan gratis ongkir menurunkan kepercayaan, sementara ulasan negatif terkait harga akhir dan sistem biaya memperburuk persepsi konsumen. Kondisi tersebut membuat pelanggan lebih mudah beralih ke pesaing, sehingga kepercayaan, ulasan, dan promosi menjadi faktor penting yang harus dikelola secara optimal untuk meningkatkan kembali loyalitas pelanggan. Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh masyarakat Medan Petisah yang menggunakan GoFood yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti atau bersifat bias. Oleh karena itu, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah rumus Lemeshow, yang memungkinkan perhitungan jumlah sampel dalam kondisi populasi yang tidak diketahui secara pasti sehingga diperoleh sebanyak 96 sampel. Metode sampling yang diterapkan adalah accidental sampling, di mana responden dipilih secara acak berdasarkan ketersediaan dan kesediaan mereka untuk berpartisipasi dalam penelitian. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan, ulasan, dan promosi masing-masing berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan GoFood di Kecamatan Medan Petisah. Selain itu, secara simultan ketiga variabel tersebut juga terbukti berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, sehingga menunjukkan bahwa peningkatan kepercayaan konsumen, pengelolaan ulasan yang baik, serta strategi promosi yang efektif secara bersama-sama mampu memperkuat loyalitas pelanggan GoFood di wilayah tersebut.

*Kata Kunci: Kepercayaan, Ulasan, Promosi, Loyalitas Pelanggan*