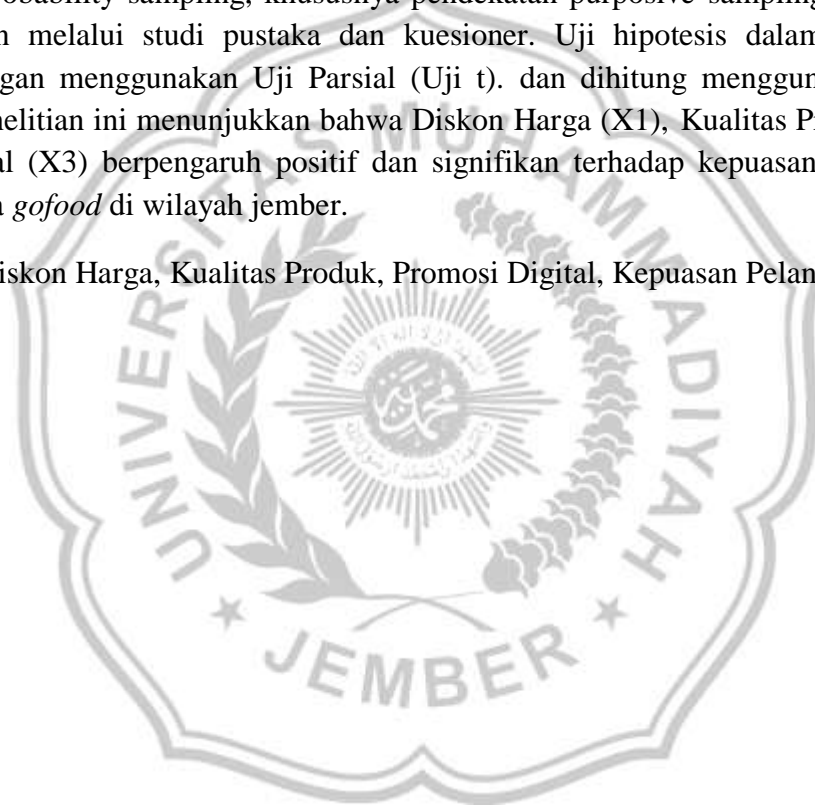


## ABSTRAK

Seiring dengan Pertumbuhan ekonomi yang meningkat mendorong UMKM untuk lebih aktif, kreatif, dan inovatif dalam perdagangan. Berdagang melalui media sosial mempermudah konsumen dengan akses cepat dan pembayaran yang mudah. Saat ini, teknologi smartphone memfasilitasi akses ke aplikasi seperti *gojek* yang dapat diunduh pada *Playstore*, *gojek* menawarkan layanan jasa online termasuk *gofood*. *Gofood* menawarkan pengiriman makanan yang cepat dan efisien sehingga memudahkan pengguna untuk terus menggunakan fitur *Gofood*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh diskon harga, kualitas produk, dan promosi digital terhadap kepuasan pelanggan pengguna *gofood* di wilayah jember. Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan teknik asosiatif. Sampelnya melibatkan 100 individu pengguna *gofood* di wilayah jember. Penarikan sampel dilakukan dengan non probability sampling, khususnya pendekatan purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka dan kuesioner. Uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan Uji Parsial (Uji t). dan dihitung menggunakan SPSS 22. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa Diskon Harga (X1), Kualitas Produk (X2), dan Promosi digital (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada pengguna *gofood* di wilayah jember.

Kata Kunci: Diskon Harga, Kualitas Produk, Promosi Digital, Kepuasan Pelanggan



## **ABSTRACT**

*Along with increasing economic growth, MSMEs are encouraged to be more active, creative and innovative in trade. Trading via social media makes things easier for consumers with fast access and easy payments. Currently, smartphone technology facilitates access to applications such as Gojek which can be downloaded on Playstore, Gojek offers online services including Gofood. Gofood offers fast and efficient food delivery, making it easier for users to continue using Gofood features. This research aims to determine the effect of price discounts, product quality and digital promotions on customer satisfaction of Gofood users in the Jember area. This research applies a quantitative approach with associative techniques. The sample involved 100 individual Gofood users in the Jember area. Sampling was carried out using non-probability sampling, specifically a purposive sampling approach. Data collection was carried out through literature studies and questionnaires. Hypothesis testing in this research was carried out using the Partial Test (t Test). and calculated using SPSS 22. The results of this study show that price discounts (X1), product quality (X2), and digital promotions (X3) have a positive and significant effect on customer satisfaction (Y) among Gofood users in the Jember area.*

*Keyword: Price Discounts, Product Quality, Promotions Digital, Customer Satisfaction*

