

## INTISARI

Persaingan antar platform layanan pesan-antar makanan di Indonesia semakin ketat, salah satunya melalui praktik perang harga yang agresif. Strategi diskon dan promosi besar-besaran seringkali menurunkan kesetiaan pelanggan karena konsumen menjadi sangat sensitif terhadap harga dan mudah berpindah platform. Dalam konteks ini, kualitas layanan menjadi aspek penting yang dapat digunakan sebagai strategi non-harga untuk membangun kesetiaan pelanggan yang berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas fungsional dan kualitas teknis terhadap kesetiaan pelanggan GoFood dengan mempertimbangkan peran mediasi dari nilai yang dipersepsikan pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner yang disebarluaskan secara daring dan dianalisis menggunakan teknik Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas fungsional dan teknis berpengaruh positif terhadap nilai yang dipersepsikan, dan nilai tersebut secara signifikan memediasi hubungan keduanya terhadap kesetiaan pelanggan. Temuan ini memberikan implikasi bahwa peningkatan kualitas layanan, baik secara teknis maupun fungsional, merupakan strategi yang lebih berkelanjutan dibandingkan persaingan harga dalam menciptakan pelanggan yang loyal di industri pesan-antar makanan digital.

**Kata kunci:** kualitas fungsional, kualitas teknis, nilai yang dipersepsikan, kesetiaan pelanggan, GoFood

## ABSTRACT

The competition among food delivery platforms in Indonesia has intensified, particularly through aggressive price wars. While discount strategies are effective in attracting new users, they often reduce customer loyalty, as consumers become highly price-sensitive and easily switch platforms. In this context, service quality emerges as a crucial non-price strategy to foster sustainable customer loyalty. This study aims to examine the influence of functional and technical quality on customer loyalty toward GoFood, mediated by customer perceived value. A quantitative approach was employed using an online questionnaire, and the data were analyzed through Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The results indicate that both functional and technical quality have a positive impact on perceived value, which significantly mediates their effect on customer loyalty. These findings suggest that improving service quality is a more sustainable approach than competing on price when aiming to build customer loyalty in the digital food delivery industry.

**Keywords:** functional quality, technical quality, perceived value, customer loyalty, GoFood