

## ABSTRAK

Perkembangan zaman yang semakin berkembang dan penggunaan teknologi yang serba instant di layanan jasa antar makanan membuat paradigma masyarakat begitu mudah dalam memilih menu makanan. Peningkatan penggunaan jasa layanan antar makanan sangat berkembang pesat. Tidak ada yang menyangka bahwa maraknya aplikasi layanan pesan-antar makanan bisa menggeser perilaku konsumen Indonesia dalam jual beli makanan. Layanan milik Shopee, turut menyemarakkan pasar layanan pesan-antar makan di Indonesia yang dikenal shopeefood. Banyak diskon yang di berikan untuk memberikan daya Tarik bagi konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh diskon harga, brand experience, terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan konsumen sebagai indikator penghubung.

Pada penelitian ini populasi yang diambil adalah pelanggan yang pernah menggunakan layanan shopeefood dengan jumlah sampel sebanyak 90 responden menggunakan teknik purposive sampling. Selanjutnya data yang diperoleh diolah menggunakan program PLS. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa diskon harga, *brand experience*, dan kepuasan memiliki pengaruh positif dan signifikan loyalitas pelanggan. Serta variabel diskon harga dan *brand experience* berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen.

***Kata kunci: Diskon harga, Brand Experience, Loyalitas, Kepuasan***