

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ONLINE FOOD DELIVERY PADA APLIKASI
GOJEK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)**

**Annisa Rachma Tsaniyah*¹, Aprilia Prahanita², Dita Listiyana³, Nesya Rahmawati⁴, Tria
Fajriana⁵, Dian Sudiantini⁶**

Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Email: annisa173030@gmail.com¹, apriaprahanita24@gmail.com²,
listiyanadita@gmail.com³, nesyarahmawatimardiani@gmail.com⁴,
fajrianatria854@gmail.com⁵, dian.sudiantini@dsn.ubharajaya.ac.id⁶

Abstract

The purpose of this study to analyze the effect of online food delivery service quality in the Gojek application on customer satisfaction, this research was conducted at the Faculty of Economics and Business, Bhayangkara Jakarta Raya University. The random sampling technique was used to determine the sample in this study, where the respondents were students. The number of samples used was 50 people. The results of this study provide recommendations for improvements to Gojek based on an analysis of the effect of service quality on customer satisfaction. The findings show that ease of use of the application, accuracy of order delivery, and transparency in communication regarding delays are important factors that affect customer satisfaction. In addition, trust in GoFood services is also a key factor in maintaining customer satisfaction.

Keywords: Service Quality; Customer Satisfaction; GoFood; Online Food Delivery

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan online food delivery pada aplikasi Gojek terhadap kepuasan konsumen, Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Teknik random sampling digunakan untuk menentukan sampel dalam penelitian ini, dimana respondennya adalah mahasiswa. Jumlah sampe yang digunakan sebanyak 50 orang. Hasil penelitian ini memberikan rekomendasi perbaikan kepada Gojek berdasarkan analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Temuan menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi, akurasi pengantaran pesanan, dan transparansi dalam komunikasi terkait keterlambatan merupakan faktor penting yang memengaruhi kepuasan konsumen. Selain itu, kepercayaan terhadap pelayanan GoFood juga menjadi faktor kunci dalam mempertahankan kepuasan konsumen.

Kata kunci: Kualitas Layanan; Kepuasan Konsumen; GoFood; Online Food Delivery

PENDAHULUAN

Pada zaman globalisasi saat ini yang berkembang pesat, teknologi informasi pun berkembang dengan cepat. Seiring berjalannya waktu, peran teknologi terus berkembang karena membantu dan memudahkan manusia dalam melakukan banyak hal dalam kehidupan. Internet adalah teknologi baru yang memungkinkan orang

mendapatkan dan mengirimkan informasi. Internet juga dapat digunakan untuk berkomunikasi dan mencari informasi. Selain itu, internet juga menawarkan peluang bisnis.

Menurut Indraswari & Kusuma (2018), Berkembangnya teknologi yang semakin cepat maka bidang financial dan teknologi juga semakin berkembang dengan efisien dan modern. Teknologi mempermudah dalam menunjang berbagai kegiatan dan aktifitas dalam kehidupan. Di dalam perekonomian dunia saat ini, penting untuk melakukan inovasi teknologi di dalamnya. Rakhmawati (2019) menjelaskan bahwa Kemajuan teknologi yang sangat pesat dalam informasi menuntut para pengusaha untuk dapat memahami serta memanfaatkannya dalam kegiatan bisnis untuk meningkatkan kekuatan dalam bersaing. Banyak bisnis kuliner saat ini menggunakan proses penjualan secara online berkat kemajuan teknologi. Proses ini meningkatkan kinerja penjualan mereka. Namun metode ini memerlukan lebih banyak sumber daya manusia dan lebih banyak biaya.

Salah satu fitur aplikasi transportasi online Gojek adalah GoFood, yang memungkinkan pelanggan membeli makanan dan antar ke rumah mereka. Layanan ini telah menjadi kebutuhan masyarakat dan membuat masyarakat lebih mudah mendapatkan makanan yang diinginkan. Masyarakat dari rumah dapat memesan makanan dan minuman yang diinginkan dengan GoFood, karena memiliki ribuan pilihan menu.

Pelanggan dapat menentukan kualitas layanan dengan membandingkannya dengan layanan yang diinginkan. Jika layanan yang diinginkan sesuai dengan kinerja layanan yang diterima, berarti pelanggan puas. Jika pelanggan puas, pelanggan menjadi setia dan agar pelanggan tetap setia pada suatu layanan, perusahaan harus memberikan kualitas layanan terbaik. Perhatikan kepuasan pelanggan. Jika pelanggan puas dengan layanannya, itu dapat menjadi aset yang sangat penting bagi bisnis.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kualitas pelayanan *online food delivery* pada aplikasi Gojek, menganalisis bagaimana kualitas pelayanan *online food delivery* di aplikasi Gojek memengaruhi tingkat kepuasan konsumen mahasiswa dan memberikan rekomendasi perbaikan kepada Gojek berdasarkan hasil analisis tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, terutama di kalangan mahasiswa.

TINJAUAN PUSTAKA

Online Food Delivery

Sharma & Waheed (2018) *Online Food Delivery* merupakan proses memesan makanan melalui website restoran atau aplikasi seluler dan dikirimkan ke lokasi yang diinginkan. Rianasari (2022) mengemukakan bahwa *Online Food Delivery* adalah jaringan yang digunakan untuk menyalurkan sebuah produk ke pelanggan. Penggunaan platform internet untuk memudahkan pemesanan, pembayaran, dan pengiriman

makanan dari restoran ke tangan pelanggan dikenal sebagai *Online Food Delivery*. Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa *Online Food Delivery* adalah sistem di mana pelanggan dapat memesan makanan melalui platform internet seperti website dan aplikasi seluler, melakukan pembayaran secara online, dan kemudian makanan dikirim ke lokasi yang diinginkan oleh pelanggan.

Kualitas Pelayanan

Menurut Supranto (2006:226) kualitas pelayanan adalah sesuatu yang harus dikerjakan oleh penyedia jasa dengan baik. Kualitas pelayanan seperti yang dirasakan oleh para konsumen, berasal dari perbandingan antara apa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan pelayanan yaitu harapan dan dengan persepsi mereka tentang kinerja pemberi jasa. Zeithaml, Bitner dan Gremler dalam Apriyani dan Sunarti (2017:3), mengungkapkan bahwa ada lima dimensi yang dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan, yaitu:

- 1) Bukti Langsung (*Tangibel*), yaitu penampilan bentuk dan layanan fisik yang akan diterima konsumen.
- 2) Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan layanan pegawai yang handal dan tepat waktu.
- 3) Daya Tanggap (*Responsiveness*), yaitu kemampuan pegawai untuk tanggap dan siap memberikan layanan.
- 4) Jaminan (*Assurance*), yaitu kemampuan pengetahuan dan keramahan pegawai sebagai jaminan keamanan dan keselamatan.
- 5) Empati (*Empaty*), yaitu kepedulian terhadap konsumen.

Kepuasan Konsumen

Menurut Irawan (2008:3), kepuasan pelanggan adalah hasil dari pengalaman pelanggan atau konsumen dalam menggunakan jasa. Jika pelanggan merasa puas setelah menggunakan layanan tersebut, mereka akan merasa puas. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh setiap penggunaan pengalaman baru. Pelanggan yang puas akan berbagi rasa dan pengalaman mereka dengan pelanggan lain. Hal ini dapat berfungsi sebagai referensi bagi perusahaan yang bersangkutan. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan dan konsumen akan menguntungkan keduanya.

Kepuasan konsumen menurut Patterson dan Johnson (Tjiptono et al., 2011), adalah tingkat perasaan yang dirasakan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapan mereka atau perbedaan antara harapan dan hasil yang dirasakan. Dengan demikian, kepuasan konsumen dianggap sebagai ukuran kepuasan pelanggan. Kinerja layanan dapat digambarkan sebagai 1). kualitas hasil yang dirasakan dan 2). nilai hasil yang dirasakan. Sementara itu, harapan konsumen dapat diartikan sebagai berikut: 3). harapan atau ekspektasi konsumen, dan 4). keinginan konsumen.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Data dikumpulkan melalui distribusi kuesioner kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang terdiri dari 13 pertanyaan terstruktur. Sampel penelitian sebanyak 50 orang menggunakan metode random sampling. Teknik pengolahan data dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak analisis statistik SPSS versi 26. Analisis data dilakukan dengan pendekatan analisis deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden dan variabel-variabel penelitian, serta analisis inferensial untuk menguji hipotesis dan mengidentifikasi hubungan antar variabel yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Page 1

Departemen	Aplikasi go-food digunakan	Lokasi restoran/rumah makan yang dipesan terdaftar dan mudah ditemukan lokasinya pada aplikasi Go-food	Makanan/minuman yang diantar sesuai dengan pesan, gambar dan informasi di aplikasi Go-food	Ada pemberitahuan yang jelas apabila terjadi keterlambatan
Akuntansi				
3	66,7%	100,0%	66,7%	100,0%
< 4	33,3%	,0%	33,3%	,0%
In 3 to 5	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Manajemen				
3	69,0%	100,0%	69,0%	100,0%
< 4	31,0%	,0%	31,0%	,0%
In 3 to 5	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Grand Total				
3	68,0%	100,0%	68,0%	100,0%
< 4	32,0%	,0%	32,0%	,0%
In 3 to 5	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Page 1

	Memperhatikan keinginan konsumen	
Mengantarkan pesanan makanan	dalam memesan makanan via Go-food	Driver dapat dipercaya
		Driver

Departemen	konsumen sampai ketempat tujuan dengan tepat	seperti contoh makanan jangan pedas-pedas	dalam mengantarkan pesanan makanan oleh konsumen	sopan dan ramah dalam melakukan pelayanan
Akuntansi				
3	76,2%	71,4%	100,0%	81,0%
< 4	23,8%	28,6%	,0%	19,0%
In 3 to 5	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Manajemen				
3	65,5%	69,0%	100,0%	75,9%
< 4	34,5%	31,0%	,0%	24,1%
In 3 to 5	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Grand Total				
3	70,0%	70,0%	100,0%	78,0%
< 4	30,0%	30,0%	,0%	22,0%
In 3 to 5	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Berikut adalah simpulan dari data yang diberikan:

- Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dalam hal kemudahan penggunaan aplikasi, akurasi pengantaran pesanan, dan transparansi dalam komunikasi terkait keterlambatan
- Sekitar 70% konsumen merasa GoFood memberikan pelayanan yang memperhatikan keinginan mreka dengan baik.
- Mayoritas konsumen merasa driver GoFood mereka sopan dan ramah, dengan rata-rata keseluruhan mencapai 78%.
- Kepercayaan terhadap pelayanan Go-food bahwa platform pengantaran makanan ini dianggap sangat dapat diandalkan oleh konsumen.

Page 1

Departemen	Menggunakan jasa layanan Go-food kembali	Tidak memerlukan banyak waktu untuk memesan makanan	Konsumen puas terhadap keramahan dan kesopanan driver	Pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan	Merasa senang dengan pelayanan yang diberikan
Akuntansi					
3	81,0%	100,0%	76,2%	100,0%	100,0%
< 4	19,0%	,0%	23,8%	,0%	,0%
In 3 to 5	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Manajemen					

3	72,4%	100,0%	86,2%	100,0%	100,0%
< 4	27,6%	,0%	13,8%	,0%	,0%
In 3 to 5	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Grand Total					
3	76,0%	100,0%	82,0%	100,0%	100,0%
< 4	24,0%	,0%	18,0%	,0%	,0%
In 3 to 5	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Berikut adalah simpulan dari data tersebut:

- Kepuasan konsumen dipegaruhi oleh kualitas pelayanan GoFood.
- Sekitar 76% konsumen merasa tidak memerlukan banyak waktu untuk memesan menunjukkan bahwa aplikasi Go-food dianggap efisien dan mudah digunakan oleh konsumen dari kedua jurusan.
- Konsumen merasa puas dengan keramahan dan kesopanan driver.

PEMBAHASAN

Dalam analisis yang telah dibahas, diperoleh Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap variabel Kepuasan Konsumen. Data menunjukkan bahwa layanan GoFood telah berhasil memberikan pengalaman yang positif bagi konsumen. Pengguna merasa bahwa proses memesan tidak memakan banyak waktu, aplikasi mudah digunakan, transparansi dalam komunikasi terkait keterlambatan dan mereka puas dengan keramahan serta kesopanan driver dalam mengantar pesanan. Selain itu, tingkat kepuasan terhadap pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan juga tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan akan meningkat jika Kualitas Layanan berkualitas tinggi.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini: 1). Kualitas Layanan GoFood berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen. 2). Kepuasan Konsumen dipengaruhi oleh kemudahan dalam memesan melalui aplikasi Gojek. 3). Kepuasan Konsumen dipengaruhi oleh efisiensi proses pengantaran pesanan dan keramahan driver. 4). Tingkat Kepuasan Konsumen dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan yang sesuai dengan harapan mereka. 5). Kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan yang tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriyani, D., & Sunarti. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen *The Little A Coffe shop* Sidoarjo). *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Budi, I., Murti, W., & Triana, Y. (2021). Analisis Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen yang Berimplikasi pada Loyalitas Pelanggan Gofood di Kota Bekasi. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 59-76.
- Indrawari, A., & Kusuma, H. ((2018)). ANALISA PEMANFAATAN APLIKASI GO-FOOD BAGI PENDAPATAN PEMILIK USAHA RUMAH MAKAN DI KELURAHAN SAWOJAJAR KOTA MALANG. *Jurnal Ilmu Ekonomi JIE*, 63-73.
- Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Rakhmawati, A. ((2019)). ANALISIS PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI GO-FOOD TERHADAP PENDAPATAN RUMAH MAKAN.
- Rianasari, & Virginata. ((2022)). The Influence of Prices and Promotions via Social Media on Decisions to Purchase Culinary Products Online during the Covid-19 Pandemic: (Study on Students in DIY Indonesia). *International Journal Administration Business & Organization*, 83-91.
- Sharma, Karishma, Waheed, & Kareem Abdul. ((2018)). Cosumption of online food app services: An exploratory study among college students in Dubai. *Middle East Journal of Business*, 4-11.
- Supranto, J. (2006). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Erlangga.