

**Pengaruh Kualitas Layanan Go-Food Terhadap Keputusan Pembelian Di Kalangan Mahasiswa Pada Masa Pandemi Covid-19****Muhammad Rifki Nitibaskoro<sup>a</sup>, M Syaviiq Mughni Alghifari<sup>b</sup>, Ahmad Anang Maulana<sup>c</sup>, \* Syarif Hidayatulloh<sup>d</sup>**<sup>a</sup> Fakultas Rekayasa Industri dan Desain / Program Studi Teknik Logistik, 20109004@ittelkom-pwt.ac.id, Institut Teknologi Telkom Purwokerto<sup>b</sup> Fakultas Rekayasa Industri dan Desain / Program Studi Teknik Logistik, 20109009@ittelkom-pwt.ac.id, Institut Teknologi Telkom Purwokerto<sup>c</sup> Fakultas Rekayasa Industri dan Desain / Program Studi Teknik Logistik, 20109016@ittelkom-pwt.ac.id, Institut Teknologi Telkom Purwokerto<sup>d</sup> Fakultas Rekayasa Industri dan Desain / Program Studi Teknik Logistik, syarif@ittelkom-pwt.ac.id, Institut Teknologi Telkom Purwokerto**ABSTRAK**

The current business development is very competitive and growing rapidly because activities in fulfilling the necessities of life cannot be separated from the transportation sector in the delivery of goods and materials. All service providers are starting to switch to E-commerce media and use the internet as a medium for exchanging information and communication. One of the companies in Indonesia that uses e-commerce media is Go-Jek, which has 100 thousand branches in 50 cities. Researchers want to know the level of influence of service quality on Go-Jek's E-Commerce services including delivery services on people's purchasing decisions. The results of a simple linear regression test state that the more service providers, namely Go-Food, that provide the expected quality of service, the more product sales will increase because there is a positive and significant influence between the quality of Go-Food services on purchasing decisions.

**Keywords:** service quality, transportation, decision**Abstrak**

Perkembangan bisnis saat ini yang sangat kompetitif dan berkembang pesat karena aktivitas aktivitas dalam pemenuhan kebutuhan hidup tidak terlepas pada sektor transportasi dalam pengiriman barang dan material. Semua penyedia jasa mulai beralih ke media E-commerce dan menggunakan internet untuk media pertukaran informasi dan komunikasi. Perusahaan di Indonesia yang menggunakan media E-commerce yaitu Go-Jek di mana memiliki 100 ribu cabang di 50 kota. peneliti ingin mengetahui tingkat pengaruh kualitas pelayanan pada jasa E-Commerce Go-Jek termasuk pelayanan pengirimannya terhadap keputusan pembelian masyarakat. Hasil uji regresi linier sederhana menyatakan bahwa semakin banyak penyedia layanan, yaitu Go-Food, yang memberikan kualitas layanan yang diharapkan, maka akan meningkatkan penjualan produk karena terdapat pengaruh yang cukup positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan Go-Food terhadap variabel keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** kualitas pelayanan, transportasi, keputusan**1. PENDAHULUAN**

Perkembangan bisnis saat ini yang sangat kompetitif dan berkembang pesat karena aktivitas aktivitas dalam pemenuhan kebutuhan hidup tidak terlepas pada sektor transportasi dalam pengiriman barang dan material. Perkembangan pasar yang meningkat pesat mendorong para pemilik usaha untuk memutar otak dan merespon hal tersebut dengan pintar dan bijaksana di masa pandemi covid-19 [1]. Transportasi merupakan suatu kegiatan pemindahan sumber daya baik barang, material maupun manusia dari satu tempat ke tempat lain. Pengiriman sumber daya tersebut menjadi hal yang vital di masa pandemi covid-19. Kualitas pelayanan transportasi menjadi perhatian penting seperti kemudahan pesan, kenyamanan kendaraan, ketepatan dan kesesuaian waktu kirim dan lain-lain. Transportasi berguna untuk memudahkan masyarakat dalam pengiriman produk dan barang untuk pemenuhan kebutuhan, karena jarak tempuh untuk

---

*Received Februari 30, 2022; Revised Maret 2, 2022; Accepted Maret 22, 2022*

*\*Corresponding Author*

mendapatkan barang tersebut yang lumayan jauh dan susah terjangkau. Perkembangan teknologi ikut berperan dalam peningkatan kualitas pelayanan dan transportasi untuk para pelaku bisnis. Semua penyedia jasa mulai beralih ke media E-Commerce dan menggunakan internet untuk media pertukaran informasi dan komunikasi. Pemanfaatan internet tidak terbatas pada pertukaran informasi, tetapi juga digunakan sebagai media untuk melakukan transaksi perdagangan. Suatu perusahaan di Indonesia yang menggunakan media E-commerce yaitu perusahaan Go-Jek yang memiliki kurang lebih 100 ribu cabang di 50 kota. Dari 100 ribu cabang itu 20% tempat yang memiliki potensi paling banyak diorder sebagai *franchise* makanan. Selain itu banyak pelajar dan pekerja yang sibuk menjalankan aktivitasnya sehingga tidak mempunyai waktu luang untuk membeli makanan di luar, sehingga menggunakan jasa Go-Food pada aplikasi Go-Jek [2]. Berdasarkan riset yang dilakukan oleh Alvares, generasi sekarang lebih memilih untuk menggunakan jasa Go-Food pada aplikasi Go-Jek daripada Grab Food. Go-Jek terbukti unggul di jasa transportasi dan pemesanan makanan. Sekitar kurang lebih 70% generasi sekarang ini terbiasa menggunakan Go-jek. Go-Food mendominasi pasar dalam pemesanan makanan sebesar kurang lebih 71,7%, dan sisanya Grab Food sebesar 39,9%. Konsumen sebagai responden satu-satunya yang dapat mengevaluasi tingkat kualitas pelayanan. Konsumen dapat menilai pelayanan dengan cara membandingkan pelayanan yang mereka terima dengan pelayanan yang mereka harapkan atau inginkan. Kehadiran Go-Jek dan beberapa aplikasi anak bangsa lainnya cukup penting, karena Go-Jek merupakan produk anak bangsa sendiri. Hampir keseluruhan kategori, minat besar generasi milenial terhadap aplikasi Go-Jek erat kaitannya dengan kualitas layanan yang terbaik [3]. Pada aplikasi Play Store, terangkum lebih dari 50 juta orang yang mengunduh aplikasi Go-Jek. Sementara rating aplikasi tersebut secara keseluruhan adalah 4.3 dari skala total 5 [4]. Dari penjelasan di atas maka peneliti ingin mengetahui tingkat pengaruh kualitas pelayanan pada jasa E-Commerce Go-Jek termasuk pelayanan pengirimannya terhadap keputusan pembelian khususnya untuk kalangan mahasiswa.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

Go-Jek merupakan sebuah perusahaan teknologi asal Indonesia yang melayani angkutan melalui jasa ojek. Pada era globalisasi bisnis jasa semakin beragam dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup dikalangan masyarakat. Masyarakat yang mempunyai aktivitas memerlukan adanya transportasi sebagai alat bantu dalam melakukan aktivitasnya. Go-Jek hadir ditengah tengah masyarakat untuk membantu dan memudahkan masyarakat untuk melakukan aktivitas khususnya dibidang jasa. Karena padatnya aktivitas masyarakat dimasa sekarang seringkali masyarakat tidak ada waktu untuk membeli makanan, Go-Jek melihat peluang ini yang kemudian dimanfaatkan dengan membuat layanan makanan pesan antar yaitu Go-Food.

### 2.1. *Service Quality*

*Service Quality* atau Kualitas Layanan adalah penilaian mengenai seberapa mampu layanan yang diberikan sesuai dengan keinginan dan harapan klien. Pelaku usaha jasa sering kali menilai kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan mereka dalam rangka untuk meningkatkan layanan mereka, sehingga dapat diidentifikasi dengan cepat masalah yang terjadi, dan agar dapat menilai kepuasan klien dengan maksimal [5].

#### 2.1.1. Variabel Kualitas Layanan

Variabel untuk penilaian kualitas layanan antara lain sebagai berikut [6]:

- Variabel *Tangible* atau berwujud yaitu berupa peralatan dan berbagai bahan komunikasi yang tampak bagus, indah, terawat, dll.
- Variabel *Empathy* atau empati yaitu kemampuan dalam memberikan perhatian kepada pelanggan.
- Variabel *Responsiveness* atau cepat tanggap yaitu kemampuan untuk membantu konsumen, serta memberikan pelayanan dengan cepat dan menyelesaikan keluhan konsumen.
- Variabel *Reliability* atau keandalan yaitu kemampuan dalam memberikan layanan sesuai dengan produk yang dijanjikan, dapat diandalkan, terpercaya dan konsisten.
- Variabel *Assurance* atau kepastian yaitu berupa kemampuan untuk mengembangkan serta membangun keyakinan dan kepercayaan kepada konsumen terhadap produk yang diberikan.

#### 2.1.2. Variabel Keputusan Pembelian

Variabel untuk keputusan pembelian melibatkan faktor-faktor berikut antara lain [7]:

- Faktor Produk dapat diukur dari rancangan produk sesuai trend pasar, variasi produk dan kualitas bahan baku.

- b. Faktor Harga dapat diukur dari tingkat harga terjangkau, harga sesuai dengan kualitas produk, dan harga bersaing dengan produk lainnya.
- c. Faktor Saluran Distribusi dapat diukur dari lokasi penjualan mudah terjangkau, produk selalu tersedia di tempat penjualan, dan lokasi penjualan ada di pusat kota.
- d. Faktor Promosi dapat diukur dari informasi melalui media iklan yang tepat, kupon hadiah setiap pembelian produk, info yang terpercaya dari penjual.
- e. Faktor Budaya dapat diukur dari sudah sering membeli produk tersebut, membeli produk tersebut karena terpengaruh dari lingkungan sekitar.
- f. Faktor Psikologis dapat diukur dari karena memiliki keinginan yang besar untuk membeli produk tersebut, memiliki pandangan yang positif terhadap merk produk tersebut dan senang membeli produk tersebut.
- g. Faktor Sosial dapat diukur dari rasa ingin membeli karena pengaruh teman, keluarga atau status sosial.
- h. Faktor Pribadi dapat diukur dari rasa ingin membeli karena pengaruh usia, pekerjaan, dan penghasilan.

### **3. METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Dalam Penelitian Pengaruh Desain Kualitas Pelayanan Go-Food terhadap keputusan pembelian ini penulis menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif dan kuantitatif digunakan untuk menganalisis pelayanan Go-Food khususnya kemasan guna memahami permasalahan yang dihadapi. Metode Kualitatif lebih berfokus pada hal yang tidak dapat diukur oleh kebenaran atau angka, sehingga pada penelitian kualitatif peneliti mengevaluasi data sedetail mungkin. Pada umumnya penelitian kualitatif mencakup mengenai seberapa dalam peneliti dalam menggali informasi yang spesifik berdasarkan narasumber yang dipilih. Sedangkan pada método kuantitatif dilakukan pengumpulan data menggunakan beberapa instrumen penelitian yang diperlukan seperti tes, wawancara dan survei atau kuesioner. Data yang telah terkumpul kemudian dapat dikonversikan ke dalam kategori atau kriteria yang telah ditetapkan sesuai kebijakan dan referensi peneliti.

#### **3.2. Subjek Penelitian**

Subjek penelitian merupakan pihak yang menjadi sampel untuk penelitian. Subjek penelitian ini yaitu responden yang akan diwawancara atau mengisi survei. Dalam penelitian ini, yang menjadi subjek penelitian adalah pelanggan atau konsumen kuliner yang menggunakan media Go-Food.

#### **3.3. Populasi**

Populasi yaitu seluruh objek atau subjek yang mempunyai karakteristik tertentu yang terlibat dalam penelitian dan menjadi sumber informasi, populasi dapat berupa manusia, barang atau benda, institusi atau organisasi, peristiwa, dan lain-lain yang di dalamnya. Penelitian ini mengambil populasi berupa seluruh konsumen kuliner yaitu mahasiswa di Institut Teknologi Telkom Purwokerto yang menggunakan media Go-Food.

#### **3.4. Sampel**

Sampel bisa disebut sebagai bagian dari jumlah dan karakteristik pada populasi, ataupun bagian kecil dari populasi yang diambil menggunakan métode atau prosedur tertentu untuk menggambarkan atau mewakili karakteristik populasinya. Sampel dari penelitian ini adalah konsumen kuliner Go-Food yaitu mahasiswa di Institut Teknologi Telkom Purwokerto berusia  $\geq 17$  tahun, dan sampel yang diambil berjumlah 103 responden.

#### **3.5. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yang penulis gunakan adalah:

- a. Pengumpulan data sekunder yang dilakukan dengan mengumpulkan referensi dari buku, artikel dan jurnal mengenai kualitas layanan e-commerce.
- b. Pengumpulan data primer dilakukan dengan observasi langsung dan survei dengan menyebarkan kuisisioner kepada responden.

3.6 Metode Regresi

Aktivitas pengolahan data dilakukan menggunakan teknik statistik regresi linier sederhana untuk menguji apakah ada pengaruh yang signifikan dari variable independen kepada variable dependen, yaitu apakah ada pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan sebagai variable independen (X) pada jasa Go-Food terhadap variable keputusan pembelian sebagai variable dependen (Y). Pengolahan data menggunakan metode regresi selanjutnya akan menggunakan aplikasi SPSS.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Uji Validitas

Kuesioner yang telah dirancang dan dibuat menggunakan media online kemudian dibagikan, agar dapat dijangkau dan diisi oleh responden dengan mudah, lalu dikumpulkan secara online. Hasilnya kemudian dianalisis menggunakan uji validitas yang dirancang untuk menentukan apakah alat yang digunakan efektif.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel X (Kualitas Layanan)

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	21.00	9.020	.587	.795
X2	21.20	9.321	.593	.791
X3	21.08	9.837	.605	.789
X4	21.05	9.870	.559	.798
X5	20.93	9.750	.609	.788
X6	20.85	10.165	.590	.793

Pada tabel 1 yang diberikan, dapat dilihat bahwa semua item pernyataan memiliki nilai r-hitung > r-tabel di mana dengan nilai r-tabel adalah 0,194. Hasil analisis dari pengolahan data kusioner valid, karena semua nilai r-hitung > r-tabel.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	18.99	14.284	.631	.709
Y2	19.38	13.492	.619	.713
Y3	19.10	14.990	.583	.723
Y4	18.87	15.778	.460	.755
Y5	18.67	15.988	.506	.744
Y6	18.19	18.197	.314	.782

Pada tabel 2 yang diberikan, dapat dilihat bahwa semua item pernyataan memiliki nilai r-hitung > r-tabel di mana dengan nilai r-tabel adalah 0,194. Hasil analisis dari pengolahan data kusioner valid, karena semua nilai r-hitung > r-tabel.

4.2. Uji Reliabilitas

Pengukuran Reliabilitas dapat diukur dengan menggunakan koefisien *Alpha Cronbach*, jika nilainya lebih besar dari 0,6 maka kusioner tersebut reliabel, dan jika kurang dari 0,6 maka kusioner tersebut tidak reliabel (Ghozali dan Latan, 2015).

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X (Kualitas Layanan)

Cronbach's Alpha	N of Items
.821	6

Pada Tabel 3 terlihat dari data yang diberikan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* variabel X adalah 0,821 lebih besar dari 0,6 sehingga dapat dinyatakan reliabel dan layak serta dapat didistribusikan kepada responden.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Cronbach's Alpha	N of Items
.774	6

Pada Tabel 4 terlihat dari data yang diberikan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* variabel Y adalah 0,774 lebih besar dari 0,6 sehingga dapat dinyatakan reliabel dan layak serta dapat didistribusikan kepada responden.

4.3. Uji Normalitas

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		6
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	16.57547617
Most Extreme Differences	Absolute	.299
	Positive	.150
	Negative	-.299
Test Statistic		.299
Asymp. Sig. (2-tailed)		.099 <sup>c</sup>

Pengambilan keputusan berdasarkan uji normalitas K-S Jika nilai signifikansi (sig) lebih besar dari 0,05 maka data penelitian berdistribusi normal. Interpretasi uji normalitas K-S Berdasarkan tabel 5, nilai signifikansi Asymp. Sig (2 ekor) sebesar 0,099 lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, menurut dasar keputusan dalam uji normalitas K-S, data dapat dianggap terdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi atau syarat normalitas dalam model regresi ini telah terpenuhi.

4.4. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	-1.516E-13	287.417			.000	1.000
X	0.000	.664	0.000		0.000	1.000

Dasar pengambilan keputusan Uji Heteroskedastisitas (Glejser):

1. Apabila nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05, maka dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.
2. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0,05, maka dapat diambil kesimpulan bahwa terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi.

Interpretasi Uji Heteroskedastisitas (Glejser) pada tabel 6 menyatakan bahwa nilai signifikansi (1) > 0,05. Diketahui nilai signifikansi variabel di atas dari 0,05 maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan uji heteroskedastisitas (Glejser) dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi.

4.5. Uji Regresi Linier

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linier

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-939.755	287.417		-3.270	.031
X	3.068	.664	.918	4.624	.010

Pada tabel 7 terlihat nilai konstanta sebesar -939,755. Angka tersebut merupakan angka konstanta yang berarti bahwa apabila tidak kualitas pelayanan maka nilai konsistensi keputusan pembelian sebesar negatif 939,755. Sedangkan nilai B pada variabel X sebesar 3,068. Angka ini mengandung arti setiap ada peningkatan sebesar 1 persen kualitas pelayanan, maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar positif 3,068. Uji Hipotesis membandingkan nilai Sig dengan 0,05:

1. Apabila nilai signifikansi lebih kecil < dari 0,05 mempunyai arti bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.
2. Apabila nilai signifikansi lebih besar > dari 0,05 mempunyai arti bahwa tidak ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan nilai yang didapatkan yang telah di uji. Nilai Sig. sebesar 0,010 lebih kecil dari < 0,05 sehingga dapat disimpulkan ada pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap variabel keputusan pembelian.

### 3. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari pengolahan dan analisis data serta pembahasan tentang pengaruh kualitas pelayanan Go-Food terhadap keputusan pembelian dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil analisis dari penelitian ini menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari variable kualitas layanan terhadap variable keputusan pembelian pada aplikasi Go-Food.
2. Berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana diperoleh suatu konstanta yang menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, di mana setiap ada peningkatan sebesar 1 persen kualitas pelayanan, maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar positif 3,068. Oleh karena itu, semakin banyak penyedia layanan, yaitu Go-Food, yang memberikan kualitas layanan yang diharapkan, semakin banyak keputusan pembelian yang akan dibuat menggunakan aplikasi Go-Food.

Peneliti selanjutnya yang ingin mengangkat penelitian dengan topik sejenis dengan mengangkat kasus dengan kondisi yang berbeda. Selain itu, diharapkan dapat menambahkan variabel lainnya yang belum teridentifikasi dan belum ada dalam penelitian ini.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. Hidayatuloh and N. N. Qisthani, "Pengukuran Kinerja Rantai Pasok Industri Batik Tipe MTO Menggunakan SCOR 12.0 Dan AHP," *J. Rekayasa Sist. Ind.*, vol. 7, p. 76, 2020, doi: 10.25124/jrsi.v7i2.436.
- [2] A. S. LUMONGGA, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Food Di Gojek Online Pada Mahasiswa/I Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sumatera Utara," *Anal. Kesadahan Total dan Alkalinitas pada Air Bersih Sumur Bor dengan Metod. Titrim. di PT Sucofindo Drh. Provinsi Sumatera Utara*, pp. 44–48, 2018.
- [3] C. Arifin, "Riset Membuktikan, Gojek Paling Diminati Konsumen Milenial," *Tribun Bisnis*, 2019. <https://www.tribunnews.com/bisnis/2019/07/10/riset-membuktikan-gojek-paling-diminati-konsumen-milenial>.
- [4] S. B. Angraeni, "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DRIVER GO-JEK TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAAN LAYANAN GO-FOOD," *e-Proceeding Manag.*, vol. 7, no. 2, p. 6585, 2020.
- [5] N. Ramya, A. Kowsalya, and K. Dharanipriya, "SERVICE QUALITY AND ITS DIMENSIONS," *EPRA Int. J. Res. Dev.*, no. February, 2019.
- [6] P. Kotler, *Marketing Management, Millenium Edition*. 2002.
- [7] Y. Sari, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk Industri Garment," *E-Jurnal Manaj. Univ. Udayana*, vol. 2, no. 1, p. 255160, 2013.

