

Uji wilcoxon signed test merupakan uji nonparametris yang digunakan untuk mengukur perbedaan 2 kelompok data berpasangan berskala ordinal atau interval tetapi data berdistribusi tidak normal. Uji ini juga dikenal dengan nama uji match pair test. Dasar pengambilan keputusan dalam uji wilcoxon signed test adalah sebagai berikut :

- Ketika nilai probabilitas Asym.sig 2 failed  $< 0,05$  maka terdapat perbedaan rata-rata.
- Ketika nilai probabilitas Asym.sig 2 failed  $> 0,05$  maka tidak terdapat perbedaan rata-rata.

## **BAB IV**

### **Hasil Analisis dan Pembahasan**

#### **4.1. Diskripsi Data Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kota Yogyakarta, khususnya di Kabupaten Sleman. Dengan menyebarkan kuisisioner secara langsung kepada 30 rumah makan yang ada di Kabupaten Sleman. Di dapatkan data pada tabel sebagai berikut :

#### **Hasil Rekapitulasi Pengumpulan Data**

**Tabel 4.1.**  
**Jenis Kelamin**

**jenis kelamin responden**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	6.2	6.2	6.2
L	20	62.5	62.5	68.8
P	10	31.2	31.2	100.0
Total	32	100.0	100.0	

Sumber: diolah SPSS 16

Dari data di atas jumlah responden perempuan sebesar 10, sedangkan jumlah responden laki-laki sebesar 20.

**Tabel 4.2**  
**Umur**

**umur responden**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	6.2	6.2	6.2
20	8	25.0	25.0	31.2
30	10	31.2	31.2	62.5
40	12	37.5	37.5	100.0
Total	32	100.0	100.0	

Sumber: diolah SPSS 16

Dari data di atas jumlah responden dengan umur 20 tahun ada 8 orang, jumlah responden dengan umur 30 tahun ada 10 orang, dan jumlah responden dengan umur 40 tahun ada 12.

**Tabel 4.3.**

**Pendidikan Terakhir**

**pendidikan terakhir**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	6.2	6.2	6.2
SD	7	21.9	21.9	28.1
SMA	16	50.0	50.0	78.1
SMP	7	21.9	21.9	100.0
Total	32	100.0	100.0	

Sumber: diolah SPSS 16

Dari data di atas pendidikan terakhir responden yang paling banyak pada saat SMA dan untuk pendidikan terakhir SD dan SMP sebanyak 7.

**Tabel 4.4.**

**Pekerjaan saat ini**

**pekerjaan saat ini**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	6.2	6.2	6.2
Wiraswasta	30	93.8	93.8	100.0
Total	32	100.0	100.0	

Sumber: diolah SPSS16

Dari data di atas dapat disimpulkan untuk pekerjaan responden saat ini banyak yang berprofesi menjadi wiraswasta.

## 4.2. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan salah satu syarat untuk melakukan uji beda rata-rata menggunakan uji paired sample t-test. Uji normalitas adalah suatu uji yang digunakan untuk menguji sebuah data dari sebaran kelompok atau variable dengan tujuan untuk mengetahui apakah data atau variable tersebut berdistribusi normal. Variable dalam penelitian ini memerlukan pengujian normalitas terlebih dahulu untuk setiap masing-masing variabel. Model data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan log linier. Data yang digunakan kurang dari 50 sampel maka uji normalitas yang digunakan dengan Shapiro wilk.

### 4.2.1. Uji Normalitas Variabel Pendapatan

Ho : Pendapatan perbulan sebelum adanya Go-Food berdistribusi normal

Ha : Pendapatan perbulan sesudah adanya Go-Food tidak berdistribusi normal

**Tabel 4.5.**  
**Hasil Uji Normalitas**

#### Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	Df	Sig.
Pendapatan penjualan per bulan sebelum adanya Go-Food	.197	30	.004	.873	30	.002
Pendapatan penjualan per bulan sesudah adanya Go-Food	.234	30	.000	.802	30	.000

a. Lilliefors Significance Correction

Sumber : Data diolah, SPSS 16.0

- Dari hasil estimasi data didapatkan nilai dari variabel pendapatan sebelum adanya Go-Food pada uji normalitas dengan metode shapiro wilk sebesar 0.002 lebih kecil dari tingkat alfa sebesar 5% (0.05) maka, menolak  $H_0$  dan kesimpulannya data tidak berdistribusi normal.
- Dari hasil estimasi data didapatkan nilai dari variabel pendapatan sesudah adanya Go-Food pada uji normalitas dengan metode shapiro wilk sebesar 0.000 lebih kecil dari tingkat alfa sebesar 5% (0.05) maka, menolak  $H_0$  dan kesimpulannya data tidak berdistribusi normal.

#### 4.2.2. Uji Normalitas Variabel Jumlah Pelanggan

$H_0$  : Jumlah pelanggan perhari sebelum adanya Go-Food data berdistribusi normal

$H_a$  : Jumlah pelanggan perhari sesudah adanya Go-Food data tidak berdistribusi normal

**Tabel 4.6.**  
**Hasil Uji Normalitas**

#### Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Jumlah Pelanggan perhari sebelum adanya Go-Food	.354	30	.000	.637	30	.000
Jumlah Pelanggan perhari sesudah adanya Go-Food	.249	30	.000	.829	30	.000

a. Lilliefors Significance Correction

Sumber : Data diolah, SPSS 16.0

- Dari hasil estimasi data didapatkan nilai dari variabel jumlah pelanggan sebelum adanya Go-Food pada uji normalitas dengan metode shapiro wilk sebesar 0.000 lebih kecil dari tingkat alfa sebesar 5% (0.05) maka, menolak  $H_0$  dan kesimpulannya data tidak berdistribusi normal.
- Dari hasil estimasi data didapatkan nilai dari variabel jumlah pelanggan sesudah adanya Go-Food pada uji normalitas dengan metode shapiro wilk sebesar 0.000 lebih kecil dari tingkat alfa sebesar 5% (0.05) maka, menolak  $H_0$  dan kesimpulannya data tidak berdistribusi normal.

#### 4.2.3. Uji Normalitas Variabel Keuntungan

$H_0$  : Keuntungan perbulan sebelum adanya Go-Food data berdistribusi normal

$H_a$  : Keuntungan perbulan sesudah adanya Go-Food data tidak berdistribusi normal

**Tabel 4.7.**

#### Hasil Uji Normalitas

##### Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	Df	Sig.
Keuntungan per bulan sebelum adanya Go-Food	.268	30	.000	.790	30	.000
Keuntungan per bulan sesudah adanya Go-Food	.233	30	.000	.852	30	.001

a. Lilliefors Significance Correction

Sumber : Data diolah, SPSS 16.0

- Dari hasil estimasi data didapatkan nilai dari variabel keuntungan per bulan sebelum adanya Go-Food pada uji normalitas dengan metode shapiro wilk sebesar 0.000 lebih kecil dari tingkat alfa sebesar 5% (0.05) maka, menolak  $H_0$  dan kesimpulannya data tidak berdistribusi normal.
- Dari hasil estimasi data didapatkan nilai dari variabel keuntungan per bulan sesudah adanya Go-Food pada uji normalitas dengan metode shapiro wilk sebesar 0.001 lebih kecil dari tingkat alfa sebesar 5% (0.05) maka, menolak  $H_0$  dan kesimpulannya data tidak berdistribusi normal.
- Dari hasil estimasi didapatkan variabel data tidak berdistribusi normal, maka untuk mengatasi data tersebut dilihat pada outlayer. Outlayer adalah data-data yang kontras yang menyebabkan data tersebut tidak berdistribusi normal. Untuk mengatasi data berdistribusi tidak normal maka dilihat dari outlayersnya apabila terdapat outlayers maka outlayers tersebut harus dihilangkan.

#### 4.2.4. Standar Deskriptif

	N	Median	Mean	Std deviasi
P1_sebelum	30	2.00	2.37	1.245
P2_sesudah	30	4.00	3.83	.747
L1_sebelum	30	1.00	1.47	.507
L2_sesudah	30	3.00	3.03	.999
K1_sebelum	30	2.00	1.77	.679
K2_sesudah	30	4.00	4.00	.830

Dari hasil pengujian data dengan uji normalitas didapatkan nilai rata-rata pendapatan rumah makan sebelum bergabung dengan layanan Go-Food sebesar 2.37 dan standar deviasi sebesar 1.245. Sedangkan nilai rata-rata pendapatan rumah makan setelah bergabung dengan layanan Go-Food sebesar 3.83 dan standar deviasi sebesar .747. Dimana rata-rata pendapatan dan standar deviasi rumah makan setelah bergabung dengan layanan Go-Food cenderung meningkat.

Dari hasil pengujian data dengan uji normalitas didapatkan nilai rata-rata jumlah pelanggan rumah makan sebelum bergabung dengan layanan Go-Food sebesar 1.47 dan standar deviasi sebesar .507. Sedangkan nilai rata-rata jumlah pelanggan rumah makan setelah bergabung dengan layanan Go-Food sebesar 3.03 dan standar deviasi sebesar .999. Dimana rata-rata jumlah pelanggan dan standar deviasi rumah makan setelah bergabung dengan layanan Go-Food cenderung meningkat.

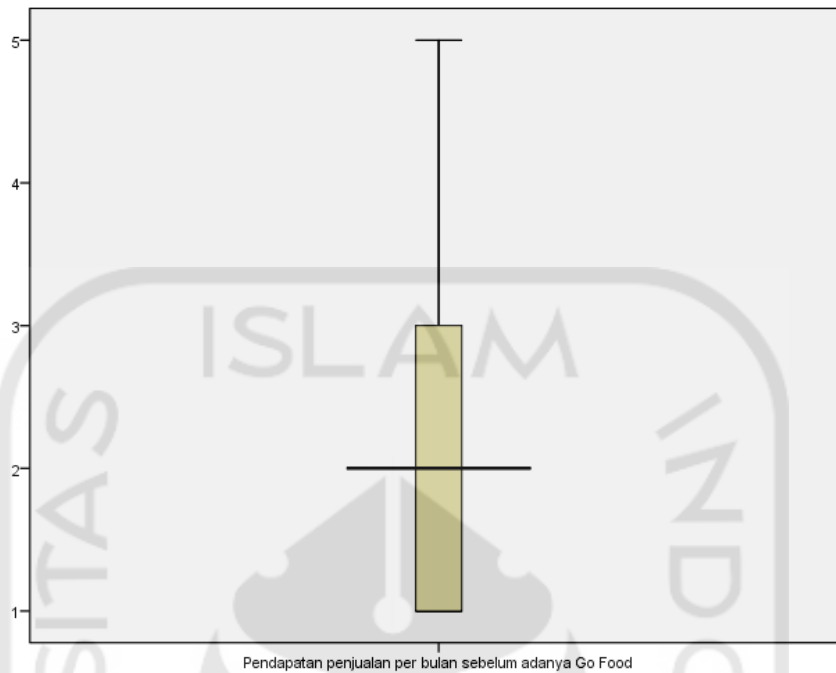
Dari hasil pengujian data dengan uji normalitas didapatkan nilai rata-rata keuntungan rumah makan sebelum bergabung dengan layanan Go-Food sebesar 1.77 dan standar deviasi sebesar .679. Sedangkan nilai rata-rata keuntungan rumah makan setelah bergabung dengan layanan Go-Food sebesar 4.00 dan standar deviasi sebesar .830. Dimana rata-rata keuntungan dan standar deviasi rumah makan setelah bergabung dengan layanan Go-Food cenderung meningkat.

### **4.3. Uji Outlayers**

#### **4.3.1. Uji Outlayers Variabel Pendapatan Sebelum**

**Gambar  
Hasil Uji Outlayers**

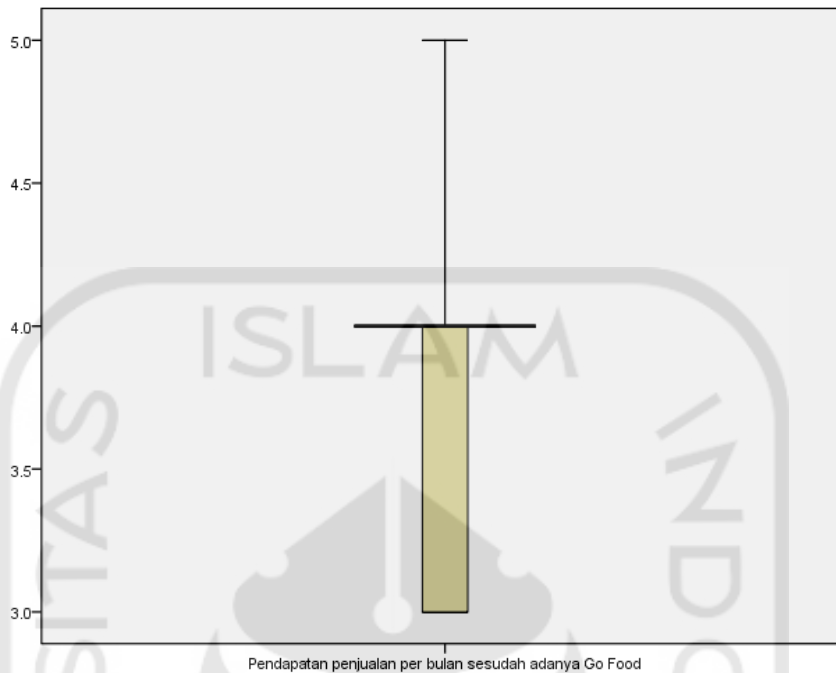




Hasil uji outliers pada variabel pendapatan sebelum adanya Go-Food diketahui bahwa tidak adanya outliers pada data tersebut. Tetapi data pada variabel pendapatan sebelum adanya Go-Food tidak berdistribusi normal. Hal tersebut tidak dapat dirubah dikarenakan fakta pendapatan yang berada dilapangan seperti data tersebut.

#### 4.3.2. Uji Outlayers Pendapatan Sesudah

**Gambar  
Hasil Uji Outlayers**

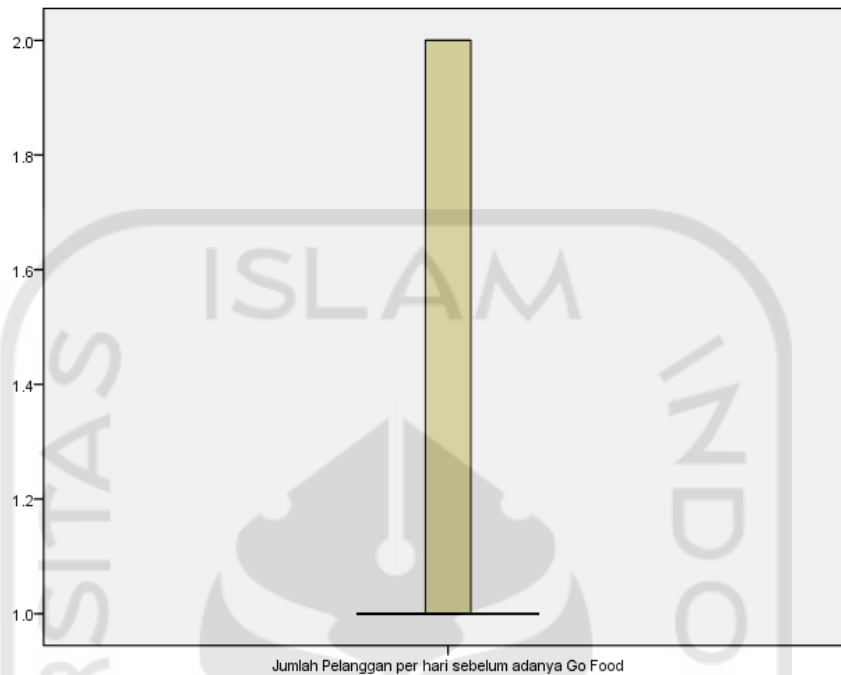


Hasil uji outliers pada variabel pendapatan sesudah adanya Go-Food diketahui bahwa tidak adanya outliers pada data tersebut. Tetapi data pada variabel pendapatan sesudah adanya Go-Food tidak berdistribusi normal. Hal tersebut tidak dapat dirubah dikarenakan fakta pendapatan yang berada dilapangan seperti data tersebut.

#### 4.3.3. Uji Outlayers Variabel Jumlah Pelanggan Sebelum

**Gambar**

### Hasil Uji Outlayers

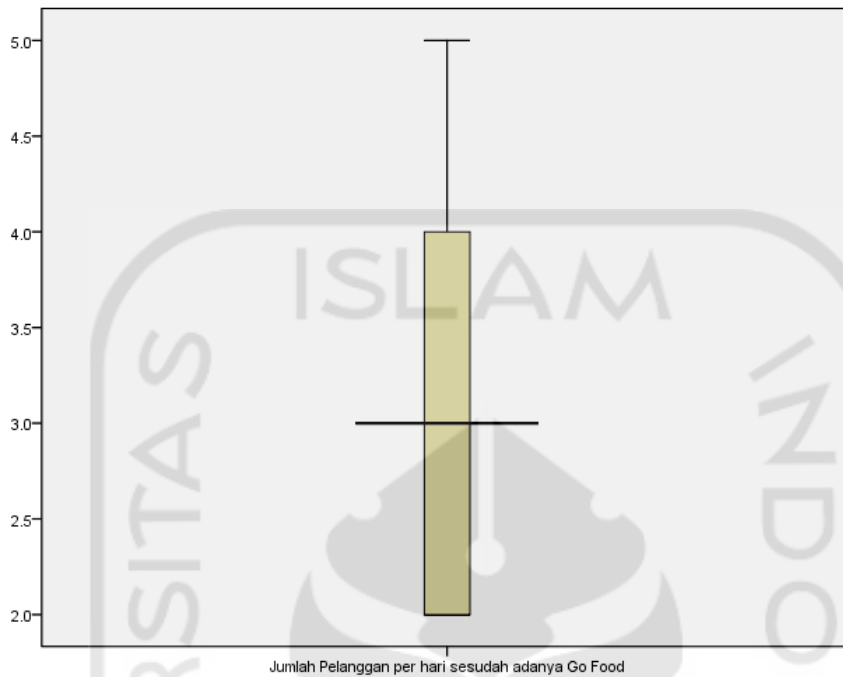


Hasil uji outlayers pada variabel jumlah pelanggan sebelum adanya Go-Food diketahui bahwa tidak adanya outlayers pada data tersebut. Tetapi data pada variabel jumlah pelanggan sebelum adanya Go-Food tidak berdistribusi normal. Hal tersebut tidak dapat dirubah dikarenakan fakta jumlah pelanggan yang berada dilapangan seperti data tersebut.

#### 4.3.4. Uji Outlayers Jumlah Pelanggan Sesudah

Gambar

### Hasil Uji Outlayers

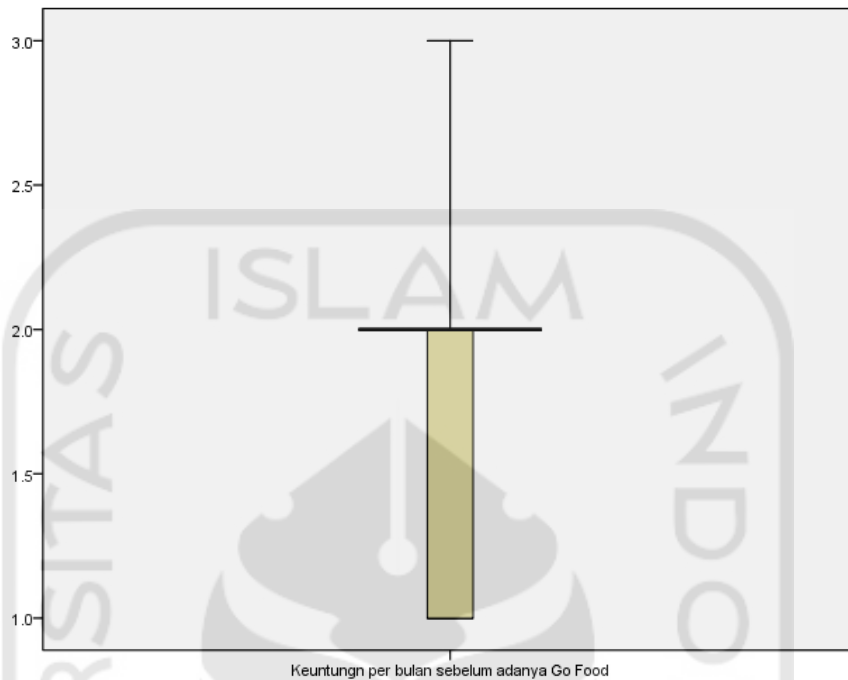


Hasil uji outlayers pada variabel jumlah pelanggan sesudah adanya Go-Food diketahui bahwa tidak adanya outlayers pada data tersebut. Tetapi data pada variabel jumlah pelanggan sesudah adanya Go-Food tidak berdistribusi normal. Hal tersebut tidak dapat dirubah dikarenakan fakta jumlah pelanggan yang berada dilapangan seperti data tersebut.

#### 4.3.5. Uji Outlayers Keuntungan Sebelum

Gambar

### Hasil Uji Outlayers

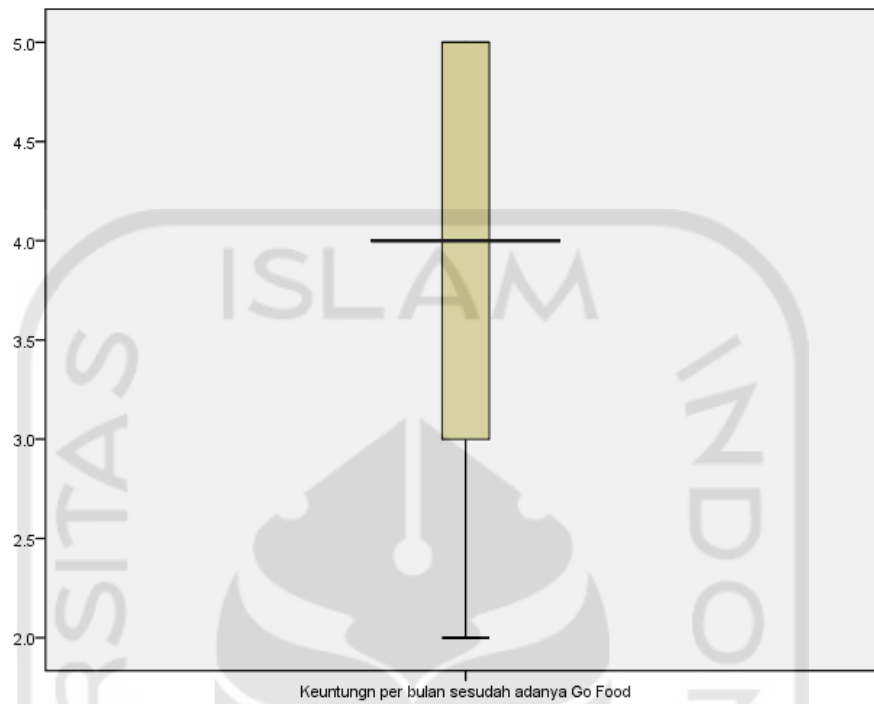


Hasil uji outlayers pada variabel keuntungan sebelum adanya Go-Food diketahui bahwa tidak adanya outlayers pada data tersebut. Tetapi data pada variabel keuntungan sebelum adanya Go-Food tidak berdistribusi normal. Hal tersebut tidak dapat dirubah dikarenakan fakta keuntungan yang berada dilapangan seperti data tersebut.

#### 4.3.6. Uji Outlayers Keuntungan Sesudah

Gambar

### Hasil Uji Outlayers



Hasil uji outlayers pada variabel keuntungan sesudah adanya Go-Food diketahui bahwa tidak adanya outlayers pada data tersebut. Tetapi data pada variabel keuntungan sesudah adanya Go-Food tidak berdistribusi normal. Hal tersebut tidak dapat dirubah dikarenakan fakta keuntungan yang berada dilapangan seperti data tersebut.

#### 4.4. Uji Wilcoxon Signed Test

Uji wilcoxon signed test adalah salah satu uji non parametik untuk mengetahui perbedaan rata-rata dari objek yang memiliki data berdistribusi tidak normal.

##### 4.4.1. Variabel Pendapatan

Hipotesis :

Ho : tidak terdapat perbedaan rata-rata pendapatan sebelum adanya Go-Food dengan setelah adanya Go-Food.

Ha : terdapat perbedaan rata-rata pendapatan sebelum adanya Go-Food dengan setelah adanya Go-Food.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Wilcoxon Signed Test**

##### Test Statistics<sup>b</sup>

	Pendapatan penjualan per bulan sesudah adanya Go Food - Pendapatan penjualan per bulan sebelum adanya Go Food
Z	-4.579 <sup>a</sup>
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000

a. Based on negative ranks.

b. Wilcoxon Signed Ranks Test

Sumber : Data diolah, SPSS 16.0

Dari hasil uji wilcoxon signed test didapatkan nilai Z sebesar -4.579 dan nilai asymp sig. (2-tailed) 0.000 lebih kecil dari tingkat alfa 5%(0,05) sehingga menolak ho, maka kesimpulannya terdapat perbedaan rata-rata pendapatan sebelum adanya Go-Food dengan pendapatan setelah adanya Go-Food.

#### 4.4.2. Variabel Jumlah Pelanggan

Hipotesis :

Ho : tidak terdapat perbedaan rata-rata jumlah pelanggan sebelum adanya Go-Food dengan setelah adanya Go-Food.

Ha : terdapat perbedaan rata-rata jumlah pelanggan sebelum adanya Go-Food dengan setelah adanya Go-Food.

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Wilcoxon Signed Test**

**Test Statistics<sup>b</sup>**

	Jumlah Pelanggan per hari sesudah adanya Go Food - Jumlah Pelanggan per hari sebelum adanya Go Food
Z	-4.759 <sup>a</sup>
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000

a. Based on negative ranks.

b. Wilcoxon Signed Ranks Test

Sumber : Data diolah, SPSS 16.0

Dari hasil uji wilcoxon signed test didapatkan nilai Z sebesar -4.579 dan nilai asymp sig. (2-tailed) 0.000 lebih kecil dari tingkat alfa 5%(0,05) sehingga menolak ho, maka kesimpulannya terdapat perbedaan rata-rata jumlah pelanggan sebelum adanya Go-Food dengan jumlah pelanggan setelah adanya Go-Food.



#### 4.4.3. Variabel Keuntungan

Hipotesis :

Ho : tidak terdapat perbedaan rata-rata keuntungan sebelum adanya Go-Food dengan setelah adanya Go-Food.

Ha : terdapat perbedaan rata-rata keuntungan sebelum adanya Go-Food dengan setelah adanya Go-Food.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Wilcoxon Signed Test**

**Test Statistics<sup>b</sup>**

	Keuntungan per bulan sesudah adanya Go Food - Keuntungan per bulan sebelum adanya Go Food
Z	-4.832 <sup>a</sup>
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000

a. Based on negative ranks.

b. Wilcoxon Signed Ranks Test

Sumber : Data diolah, SPSS 16.0

Dari hasil uji wilcoxon signed test didapatkan nilai Z sebesar -4.832 dan nilai asymp sig. (2-tailed) 0.000 lebih kecil dari tingkat alfa 5%(0,05) sehingga menolak ho, maka kesimpulannya terdapat perbedaan rata-rata keuntungan sebelum adanya Go-Food dengan keuntungan setelah adanya Go-Food.

#### 4.4.4. Statistik Non Parametik

Alat analisis dalam penelitian menggunakan program SPSS 16. Dimana metode yang digunakan adalah metode uji beda rata-rata dengan Wiloxon Range Test dengan menghitung rata-rata apakah terdapat perbedaan sebelum dengan sesudah rumah makan bergabung dengan aplikais Go-Food. Dalam statistik

descriptif menunjukkan nilai rata-rata, standar deviasai, maksimum, dan minimum data tersebut.

**Tabel 4.11**  
**Rekapitulasi Statistik Non Parametik**

	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std.Deviation
P1_Sebelum	30	1	3	1.63	.669
P2_Sesudah	30	2	5	3.70	.915
L1_Sebelum	30	1	3	1.33	.547
L2_Sesudah	30	2	4	3.17	.648
K1_Sebelum	30	1	3	1.60	.657
K2_Sesudah	30	2	5	3.90	.923

#### Variabel Pendapatan

Dari hasil estimasi menggunakan SPSS 16 didapatkan nilai rata-rata pendapatan rumah makan sebelum bergabung dengan aplikasi Go-Food sebesar 1.63 kemudian setelah rumah makan bergabung dengan aplikasi Go-Food pendapatan mengalami kenaikan sebesar 3.70. Hal tersebut menunjukkan adanya pertambahan rata-rata pendapatan walaupun tidak terlalu besar. Kemudian dengan nilai standar deviasi mengalami peningkatan dari sebelum bergabung dengan aplikasi Go-Food sebesar .666 dan setelah rumah makan bergabung dengan aplikasi Go-Food menjadi .915.

#### Variabel Jumlah Pelanggan

Dari hasil estimasi menggunakan SPSS 16 didapatkan nilai rata-rata jumlah pelanggan rumah makan sebelum bergabung dengan aplikasi Go-Food sebesar 1.33 kemudian setelah rumah makan bergabung dengan aplikasi Go-Food jumlah pelanggan mengalami kenaikan sebesar 3.17. Hal tersebut menunjukkan adanya

pertambahan rata-rata jumlah pelanggan walaupun tidak terlalu besar. Kemudian dengan nilai standar deviasi mengalami peningkatan dari sebelum bergabung dengan aplikasi Go-Food sebesar .547 . dan setelah rumah makan bergabung dengan aplikasi Go-Food menjadi .648.

#### Variabel Keuntungan

Dari hasil estimasi menggunakan SPSS 16 didapatkan nilai rata-rata keuntungan rumah makan sebelum bergabung dengan aplikasi Go-Food sebesar 1.60 kemudian setelah rumah makan bergabung dengan aplikasi Go-Food keuntungan mengalami kenaikan sebesar 3.90. Hal tersebut menunjukkan adanya pertambahan rata-rata keuntungan walaupun tidak terlalu besar. Kemudian dengan nilai standar deviasi mengalami peningkatan dari sebelum bergabung dengan aplikasi Go-Food sebesar .657 dan setelah rumah makan bergabung dengan aplikasi Go-Food menjadi .923.

#### 4.5. Pembahasan Hasil Uji Hipotesis

**H1** : ada perbedaan signifikan jumlah pendapatan rumah makan sebelum bergabung dengan Go-Food dan setelah bergabung dengan Go-Food.

Dari hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa H1 menjelaskan adanya perbedaan jumlah pendapatan yang didapatkan oleh pengusaha rumah makan saat sebelum bergabung dengan Go-Food dengan sesudah bergabung dengan Go-Food.

Sikap pengusaha rumah makan berpengaruh positif terhadap adanya aplikasi Go-Food. Ini menunjukkan sikap dari masing-masing pengusaha rumah makan dalam memanfaatkan aplikasi Go-Food sangat berpengaruh secara signifikan dalam pemanfaatan aplikasi Go-Food terhadap jumlah pendapatan rumah makan. Manfaat lain yang dapat mendukung pendapatan rumah makan itu meningkat seperti dengan bergabung di aplikasi Go-Food pengusaha rumah makan dimudahkan dalam mempromosikan rumah makan dengan harga tertentu, selain itu dengan aplikasi Go-Food ini pengusaha rumah makan dapat memiliki layanan *delivery order* tanpa harus menyiapkan armada untuk mengantar pesananan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Arum dan Hendra (2018), yang melakukan penelitian tentang analisa pemanfaatan aplikasi Go-Food bagi pendapatan pemilik usaha rumah makan di kelurahan Sawojajar Kota Malang, penelitian ini menunjukkan adanya perbedaan pendapatan rumah makan sebelum bergabung dengan Go-Food dan setelah bergabung dengan Go-Food.

**H2 :** ada perbedaan signifikan jumlah pelanggan rumah makan sebelum bergabung dengan Go-Food dan setelah bergabung dengan Go-Food.

Dari hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa H2 menjelaskan adanya peningkatan jumlah pelanggan rumah makan saat sesudah pengusaha rumah makan bergabung dengan aplikasi Go-Food bila dibandingkan sebelum pengusaha rumah makan bergabung dengan aplikais Go-Food.

Dengan adanya peningkatan jumlah pelanggan rumah makan dapat dikatakan banyak dari pelanggan sangat memanfaatkan aplikasi Go-Food,

disebabkan oleh adanya ketertarikan (selera) dari pelanggan terhadap tempat atau menu makanan yang ada di rumah makan tersebut atau adanya ajakan dari kerabat dan temannya untuk membeli makan di rumah makan.

Bagi pengusaha rumah makan mereka menggunakan promosi di dalam aplikasi Go-Food dengan memasang gambar yang dapat memancing para pelanggan untuk datang atau hanya sekedar memesan makanannya melalui aplikasi Go-Food. Selain itu juga pengusaha rumah makan memaparkan harga untuk menu makanan dengan harga yang murah jika dibandingkan dengan rumah makan lainnya yang sama-sama menggunakan aplikasi Go-Food.

Hal ini serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Febriany (2012), melakukan penelitian tentang analisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap mutu layanan antar (*delivery service*) di restoran KFC cabang Ahmad Yani Makassar. Yang menganalisis tentang bagaimana meningkatkan jumlah pelanggan pada rumah makan dengan memanfaatkan layanan *delivery*. Walaupun tidak sama menggunakan Go-Food tetapi sama-sama menggunakan layanan *delivery*.

**H3** : ada perbedaan signifikan keuntungan rumah makan sebelum bergabung dengan Go-Food dan setelah bergabung dengan Go-Food.

Dari hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa adanya perubahan yang signifikan terhadap keuntungan yang diperoleh dari rumah makan sesudah bergabung dengan aplikasi Go-Food jika dibandingkan sebelum bergabung dengan aplikasi Go-Food. Sikap pengusaha rumah makan berpengaruh positif terhadap keuntungan yang di dapatkan dengan memanfaatkan aplikasi Go-Food

secara maksimal, karena aplikasi Go-Food memberikan banyak kemudahan bagi pengusaha rumah makan dalam mempromosikan dagangannya.

Dengan begitu akan banyak pelanggan yang akhirnya memesan makanan dari aplikasi Go-Food. Jika sebelum bergabung dengan Go-Food keuntungan yang didapatkan tidak banyak dikarenakan para pengusaha rumah makan kecil sebelumnya tidak memanfaatkan teknologi yang ada. Kebanyakan pengusaha rumah makan melakukan penjualannya hanya mengundang para pelanggan dengan brosur atau hanya dari mulut ke mulut agar rumah makannya dapat dikenal. Itu merupakan salah satu usaha yang dilakukan pengusaha rumah makan sebelum bergabung dengan aplikasi Go-Food.

Sekarang dengan berbagai kemudahan yang di dapatkan dari aplikasi Go-Food pengusaha rumah makan tidak perlu merasa bingung bagaimana cara untuk mempromosikan rumah makan, hanya dengan mendaftarkan usaha rumah makan dengan begitu nanti langsung akan ada di daftar tempat pencarian rumah makan. Tanpa harus mengeluarkan banyak biaya.

Hal ini serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Ira dan Penta (2017), tentang Pengaruh Startegi Pemasaran *online* terhadap Peningkatan Laba UMKM. Menjelaskan tentang strategi yang digunakan dari pengusaha rumah makan untuk meningkatkan keuntungan, walaupun tidak menjelaskan tentang kegunaan Go-Food tetapi sama-sama menjelaskan tentang keuntungan yang meningkat dengan strategi pemasaran *online*. Dalam penelitian ini mendukung adanya perbedaan keuntungan yang didapatkan sebelum bergabung dengan Go-Food dan setelah bergabung dengan Go-Food.