

**ANALISIS PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI GO-FOOD
TERHADAP PENDAPATAN RUMAH MAKAN
(PENGGUNA APLIKASI GO-FOOD)**

JURNAL



Oleh:

Nama : Athiya Rakhmawati
Nomor Mahasiswa : 15313269
Jurusan : Ilmu Ekonomi

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI YOGYAKARTA
2019**

ANALISIS PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI GO-FOOD TERHADAP PENDAPATAN RUMAH MAKAN (PENGGUNA APLIKASI GO-FOOD)

Disusun oleh:
Athiya Rakhmawati

Email : athiyarakhmawati272@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh penggunaan layanan aplikasi Go-Food terhadap pendapatan rumah makan sebelum dan sesudah adanya layanan aplikasi Go-Food. Data primer adalah data yang didapatkan secara langsung dari narasumber yang bersangkutan dengan cara menyebarkan kuisioner secara langsung kepada pihak yang bersangkutan. Narasumber yang diambil dengan metode sampling. teknik probability sampling. Probability sampling adalah metode pengambilan sampel dimana peneliti mengetahui populasi induk, besarnya sampel yang diinginkan telah ditentukan, peneliti bersikap bahwa kelompok memiliki unsur peluang untuk dijadikan sampel. Adapun jenis dari teknik probability sampling yang akan digunakan adalah random sampling.

Penelitian ini menggunakan data kualitatif . Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan atau menganalisis suatu peristiwa aktifitas sosial secara individu maupun kelompok dan di olah dengan menggunakan SPSS 16. Hasil dari penelitian ini bahwa terdapat dampak pendapatan, jumlah pelanggan dan keuntungan yang didapatkan dan dibandingkan dari sebelum bergabung dengan aplikasi Go-Food dengan setelah bergabung dengan aplikasi Go-Food.

Kata kunci : Pendapatan, Jumlah Pelanggan, Keuntungan, Pengusaha Rumah Makan.

PENDAHULUAN

Kemajuan duniateknologiyang sangat pesat dalam informasi menuntut para pelaku usaha untuk dapat memahami serta memanfaatkannya dalam kegiatan bisnis sebagai upaya untuk meningkatkan daya saing.

Meningkatnya jumlah pemakai internet secara drastis setiap tahunnya, serta perilaku konsumen yang menginginkan informasi cepat dan transaksi yang dapat dilakukan selama 24 jam, disinyalir menjadi faktor pendorong berkembangnya

bisnis berbasis teknologi informasi menjadikan para pembisnis bersaing menciptakan inovasi terbaru serta melihat dari fenomena yang terjadi dimasyarakat. Saat ini internet sangat berpengaruh dalam kehidupan masyarakat. Maraknya pengguna *smartphone*, baik *android* maupun *ios* menjadikan masyarakat bergantung pada *handphone* serta internet. Apalagi pada saat ini para pengusaha kuliner menggunakan kecanggihan teknologi untuk memasarkan dagangan atau makanannya melalui internet. Dengan begitu, banyak konsumen dapat memesan makanannya dengan mudah. (Khristianto, 2011)

Menurut, Salim dan Ihalauw(2017)Inovasi model bisnis yang terus berkembang merupakan suatu langkah strategis bagi perusahaan, yang menjadi penentu

langkah sukses atau tidaknya suatu perusahaan dalam persaingan bisnis yang saat ini menjadi semakin ketat untuk dapat tumbuh dan lestari.

Model bisnis yang baru muncul mendesak model bisnis lama untuk berubah untuk mengikuti perkembangan jaman atau tergerus jaman. Penemuan internet dan inovasi teknologi, khususnya teknologi informasi dan digital mendorong perubahan yang pesat pada cara manusia berinteraksi dan berkomunikasi, demikian juga pada cara manusia berbisnis. Muncul gerakan ekonomi baru yang disebut ekonomi berbagi atau yang biasa dikenal juga dengan sebutan kolaboratif ekonomi atau ekonomi bersama.

Winarta(2015)Gaya hidup masyarakat yang menggunakan layanan Go Food mengatakan gaya

hidup masyarakat saat ini yang 'hobi' memesan makanan merupakan salah satu yang melandasi penggunaan layanan Go Food yang semakin meningkat. Terutama dari sudut pengusaha kuliner, mereka menggunakan layanan *Go Food* untuk memudahkan mereka memasarkan makanannya.

Bagi pengusaha rumah makan UMKM yang bergabung dengan layanan Go-Food dirasa lebih hemat, mengingat biaya untuk pertama kali bergabung tidak mahal. Beda halnya jika pengusaha rumah makan berdiri sendiri yang ingin mengembangkan usaha rumah makannya melalui *delivery order* tanpa bantuan atau bergabung dengan layanan Go-Food selain memakan banyak biaya untuk dapat terkenal atau diterima di masyarakat (konsumen) tidaklah mudah cenderung susah jika tidak

mampu menciptakan hal yang unik dari produk makanannya atau dari segi tempat rumah makan itu sendiri. (Sukma, Mudzakar, & Edison, 2016)

Rumusan Masalah

Bagaimana pengaruh penggunaan aplikasi Go Food terhadap jumlah pelanggan, pendapatan rumah makan, dan keuntungan jika dilihat dari latar belakang yang sudah di uraikan di atas

KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

Kajian Pustaka

Dalam kajian pustaka ini akan mengkaji beberapa penelitian terdahulu yang berhubungan dengan Analisis Pengaruh Penggunaan Aplikasi Go Food Terhadap

Pendapatan Rumah Makan. Menurut penelitian terdahulu sebagai berikut:

Supriyanto, Antok dan Kirana(2008)melakukan penelitian yang berjudul, “Sistem Informasi Manajemen Pemesanan Makanan Cepat Saji Melalui Internet Dengan Multi Outlet”. Penelitian ini mengkaji tentang pemanfaatan teknologi saat ini yang semakin canggih dalam melakukan pemesanan makanan cepat saji via online. Metode yang digunakan pada penelitian ini menggunakan pendekatan siklus hidup pengembangan sistem (SDLC, System Development Life Cycle) yaitu meliputi identifikasi masalah, menentukan syarat-syarat, menganalisis kebutuhan sistem, merancang sistem yang direkomendasikan, mengembangkan dan mendokumentasikan perangkat

lunak, menguji dan mempertahankan sistem, serta mengevaluasi sistem.

Sedangkan penentuan jarak terpendek menggunakan metode travelling salesman. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat memberikan respon yang positif dalam hal mempermudah dalam memesan makanan cepat saji, namun ada kekurangan dalam penelitian ini salah satunya konsumen hanya bisa mengetahui nomer telepon outlet tertentu yang lokasinya sangat jauh dari konsumen yang menyebabkan konsumen akan lama menunggu pesanannya datang.

Defrina, Debbie dan Lestari(2017)melakukan penelitian yang berjudul, “Aplikasi Pemesanan Makanan dan Minuman Online Berbasis Mobile Browser pada Restoran Tiga Saudara”. Penelitian ini mengkaji

tentang kualitas pelayanan dalam suatu restoran adalah proses pemesanan (order). Proses pemesanan yang banyak digunakan oleh restoran adalah sistem order secara manual. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan menyebar kuisioner. Objek penelitian ini para konsumen yang ingin memesan makanan dan minuman online dapat melalui Mobile Browser pada Restoran Tiga Saudara. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen memberikan respon yang positif terhadap adanya Mobile Browser yang dapat memudahkan konsumen dalam memesan di Restoran Tiga Saudara dan konsumen bisa langsung membayarnya tanpa perlu mengantri. Dengan menggunakan layanan Go-Food maka pengusaha rumah makan

mendapatkan kemudahan tanpa harus bersusah payah membuat aplikasi sendiri, hanya dengan mendaftar di Go-Food maka nama rumah makan akan langsung dikenal di kalangan konsumen.

Landasan Teori

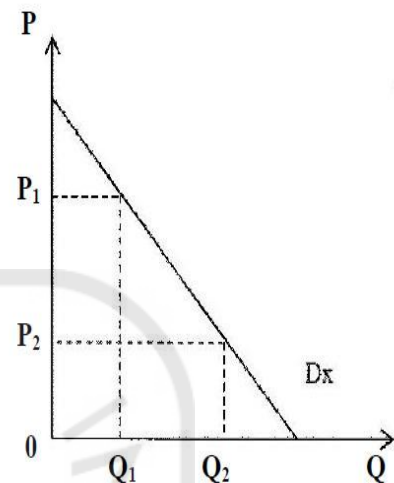
Menggunakan teori permintaan dan teori penawaran yang mendasari judul Analisis Pengaruh Penggunaan Aplikasi Go Food terhadap Pendapatan Rumah Makan.

2.2.1. Teori Permintaan

Teori permintaan pada dasarnya merupakan perangkat analisis untuk melihat besaran jumlah barang atau jasa yang diminta serta pertambahan permintaan akan sesuatu barang atau jasa berdasarkan hukum permintaan. Hukum permintaan pada hakikatnya merupakan suatu hipotesis yang menyatakan, “Hubungan antara

barang yang diminta dengan harga barang tersebut dimana hubungan berbanding terbalik yaitu ketika harga meningkat maka jumlah barang yang diminta akan menurun dan sebaliknya apabila harga turun maka jumlah barang yang diminta akan meningkat”.

Kurva permintaan adalah sebuah grafik yang menunjukkan hubungan antara harga barang atau jasa dengan jumlah barang atau jasa yang diminta. Dapat ditunjukkan pada gambar kurva di bawah ini, menurut Gilarso (2000:21) menjelaskan kurva di bawah ini:



Gambar 2.1. Kurva permintaan

Pada (Gambar 2.1) Kurva seperti ini disebabkan oleh sifat hubungan antara harga dan jumlah yang diminta, yang mempunyai sifat hubungan yang terbalik. Kalau jika ada salah satu variabel naik (misalnya harga) maka variabel yang lainnya akan turun (misalnya jumlah kuantitas yang diminta). Hubungan tersebut dapat dinyatakan dalam bentuk fungsi, yang disebut dengan fungsi permintaan, dengan demikian yang disebut fungsi permintaan

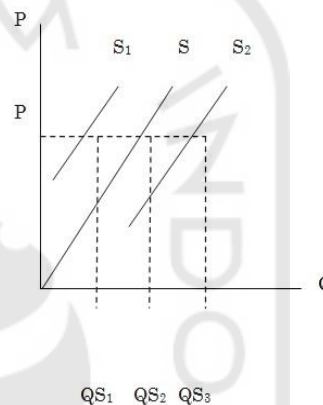
adalah fungsi yang menunjukkan hubungan antar tingkat harga (P) dengan jumlah barang atau jasa yang diminta (Qd).

Menurut Sukirno (2005), Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan antara lain: harga barang, pendapatan konsumen, distribusi pendapatan masyarakat, selera masyarakat, jumlah penduduk, serta ekspektasi di masa yang akan datang. Perubahan permintaan dapat dipengaruhi oleh perubahan harga, perubahan selera masyarakat, perubahan pendapatan, dll.

2.2.2. Teori Penawaran

Penawaran adalah jumlah barang yang produsen ingin tawarkan atau jual pada berbagai tingkat harga selama satu periode waktu tertentu. Hukum penawaran, “Semakin tinggi harga suatu barang, semakin banyak jumlah barang tersebut akan

ditawarkan oleh para penjual. Sebaliknya, semakin rendah harga suatu barang, semakin sedikit jumlah barang tersebut yang ditawarkan”.



Gambar 2.3. Kurva penawaran

Kurva penawaran memperlihatkan apa yang terjadi dengan kuantitas barang yang ditawarkan ketika harganya berubah, dengan menganggap seluruh faktor penentu lainnya konstan. Jika satu dari faktor-faktor tersebut berubah, kurva penawaran akan bergeser (Mankiw, 2000).

METODE PENELITIAN

Jenis dan Cara Pengumpulan Data

Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan data primer. Menggunakan metode kualitatif dengan tujuan untuk memberikan penjelasan tentang bagaimana dampak layanan Go-Food terhadap pendapatan dan daya tarik dari jumlah pelanggan rumah makan khususnya di Kota Yogyakarta di kabupaten Sleman sebelum bergabung dengan layanan Go-Food dan sesudah bergabung dengan layanan Go Food.

Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah pengusaha rumah makan yang menggunakan aplikasi Go-Food. Dimana pengusaha rumah makan adalah masyarakat yang mempunyai usaha dan tinggal di Kabupaten Sleman. Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 30 sampel.

Definisi Operasional Variabel

Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini merupakan penjelasan atau pengertian dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Seperti pada tabel berikut:

Penjelasan Masing-masing

Variabel

No	Variabel	Definisi	Satuan
1	Jumlah Pelanggan	Pelanggan ialah sekelompok/pe-rorang yang membeli ke rumah makan	wa/hari
2	Pendapatan Penjualan	Pendapatan yaitu jumlah hasil penjualan makanan dan minuman dari rumah makan	Rupiah/bulan
3	Keuntungan	Keuntungan adalah hasil yang didapatkan lebih dari jumlah pengeluaran rumah makan setiap harinya	Rupiah/bulan

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan cara: Kuisisioner yaitu dengan menyebarkan selebaran yang berisi beberapa pertanyaan kepada pihak-pihak yang terkait langsung dalam permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini, tentang dampak layanan Go-Food terhadap pendapatan rumah makan.

Teknik Sampling

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel. Teknik ini dipilih karena responden atau pemilik rumah makan itu yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini. Dengan mendatangi langsung rumah makan.

Metode Analisis

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teori *statistik*

descriptive. Statistic descriptive

digunakan untuk mendiskripsikan atau menggambarkan data yang sudah dikumpulkan tanpa bermaksud membuat kesimpulan untuk umum. Uji statistik deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk melihat rata-rata pendapatan rumah makan setelah adanya aplikasi Go-Food.

Hasil Rekapitulasi Pengumpulan Data

Jenis Kelamin

jenis kelamin responden

	Frequency	Percent
L	20	62.5
P	10	31.2
Total	30	100.0

Sumber: diolah SPSS

16

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

20

	Frequency	Percent
20	8	25.0
30	10	31.2
40	12	37.5
Total	30	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

	Frequency	Percent
SD	7	21.9
SMA	16	50.0
SMP	7	21.9
Total	30	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.

	Frequency	Percent
Wiraswasta	30	93.8
Total	30	100.0

Sumber: diolah SPSS16

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

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(dalam satuan rupiah) dan standar deviasi sebesar 1.245. Sedangkan nilai rata-rata pendapatan rumah makan setelah bergabung dengan layanan Go-Food sebesar 3.83 (dalam satuan rupiah) 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 (dalam satuan jiwa) dan standar deviasi sebesar .507. Sedangkan nilai rata-rata jumlah pelanggan rumah makan setelah bergabung dengan layanan Go-Food sebesar 3.03 (dalam satuan jiwa) 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 (dalam satuan rupiah) dan standar deviasi sebesar .679. Sedangkan nilai rata-rata keuntungan rumah makan setelah bergabung dengan layanan Go-Food sebesar 4.00 (dalam satuan rupiah) dan standar deviasi sebesar .830. Dimana rata-rata keuntungan dan standar deviasi rumah makan setelah bergabung dengan layanan Go-Food cenderung meningkat.

Rekapitulasi Statistik Non Parametrik

	N	Min imu m	Mak simu m	M ea n	Std.D eviat ion
P1_S ebel u	3 0	1	3	1. 63	.669

m					
P2_S esuda h	3 0	2	5	3. 70	.915
L1_S ebel m	3 0	1	3	1. 33	.547
L2_S esuda h	3 0	2	4	3. 17	.648
K1_S ebel m	3 0	1	3	1. 60	.657
K2_S esuda h	3 0	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 (dalam satuan rupiah) kemudian setelah rumah makan bergabung dengan aplikasi Go-Food pendapatan mengalami kenaikan sebesar 3.70 (dalam satuan rupiah). 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 (dalam satuan rupiah) dan setelah rumah makan bergabung dengan aplikasi Go-Food menjadi .915(dalam satuan rupiah).

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 (dalam satuan jiwa) kemudian setelah rumah makan bergabung dengan aplikasi Go-Food jumlah pelanggan mengalami kenaikan sebesar 3.17 (dalam satuan jiwa). 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(dalam satuan jiwa). dan setelah rumah makan bergabung dengan aplikasi Go-Food menjadi .648 (dalam satuan jiwa).

Variabel Keuntungan

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

dengan aplikasi Go-Food menjadi .923 (dalam satuan rupiah)

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Dari hasil analisis data yang dilakukan oleh peneliti pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa adanya perbedaan dari pendapatan, jumlah pelanggan, dan juga keuntungan yang didapatkan oleh pengusaha rumah makan dengan membandingkan sebelum bergabung dengan aplikasi Go-Food dan sesudah bergabung dengan aplikasi Go-Food.

Hadirnya aplikasi Go-Food ini sangat menguntungkan untuk semua kalangan khususnya bagi pengusaha rumah makan yang bisa dibilang UKM (Usaha Kecil Menengah) yang ingin memperluas tanpa harus mengeluarkan banyak biaya. Dengan memanfaatkan

teknologi yang ada maka usaha rumah makan tersebut akan langsung dikenal masyarakat.

5.2. Saran

Pemerintah diharapkan dapat membantu dan memberikan dukungan penuh terhadap perkembangan teknologi dan informasi dimasa kini agar dapat dimanfaatkan semaksimal mungkin oleh masyarakat khususnya para pelaku usaha mikro dan menengah agar dapat digunakan sebagai salah satu alat untuk meningkatkan produktifitas dan bermanfaat bagi kesejahteraan masyarakat banyak.

DAFTAR PUSTAKA

- Barus Lestari Sukma, Irene dan Mudzakir, K. M. (2016). Analisis Pengaruh Beban Operasional Pada Pendapatan Usaha Dan Dampaknya Terhadap Laba Bersih (Studi Kasus pada Perusahaan Food and Beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010 - 2014) Irene. *Conference on Management and Behavioral Studies*, 741–754.
- Defrina, Debbie dan Lestari, P. D. (2017). Aplikasi Pemesanan Makanan Dan Minuman Online Application of Ordering Food and Beverages Online Based on Mobile Browser on Tiga Saudara Restaurant. *Jurnal Ilmiah Information Dan Komputer*, 22(3), 158–170.
- Fahri, M. L. (2014). *Strategi Marketing Public Relations Go-Food dalam Pembentukan Citra Perusahaan di Kota Surabaya*.
- Gunawan dan Saputri, L. H. (2014). Pengembangan Sistem Online Delivery“ Food Mambo .” *Seminar Nasional Informatika (SemnasIF), 2014(semnasIF)*, 84–91.
- Hedynata, Livia Marceline dan Radianto, E. D. W. (2016). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Luscious Chocolate Potato Snack. *Jurusan Manajemen, Fakultas Manajemen Bisnis, Universitas Ciputra, volume 1*, (April), 87–96. Retrieved from <https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/download/108/101>
- Kimes, E. S. (2008). The role of technology in restaurant revenue management. *Cornell Hospitality Quarterly*, 49(3), 297–309. <https://doi.org/10.1177/1938965508322768>
- Kimes Ph.D, E. S. (2011). The Current State of Online Food

- Ordering in the U.S . Restaurant Industry. *Cornell Hospitality Report*, 11(17), 6–18.
- Panjaitan, M. A dan Jobiliong, E. dan J. (2015). Strategi Peningkatan Jumlah Konsumen di Rumah Makan Long ' s Food, *I*(1), 44–47.
- Prisatya, D. R. U. (2014). *Analisisn Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Pemilik Usaha Industri Kecil-Menengah*.
- Salim, Berta dan Ihalauw, I. O. . J. (2017). Transformasi Model Bisnis Go-Jek Untuk Keunggulan Kompetitif Go-Jek pun meluncurkan aplikasi Go-konsumen. *Transformasi Model Bisnis Go-Jek Untuk Keunggulan Kompetitif Dalam Perkembangan Ekonomi Berbagai Sudut Pandang Pelanggan*, 10(2), 106–123.
- Sukma, I. B. L. dan, Mudzakar, M. K., & Edison, A. (2016). Analisi Pengaruh Beban Operasional Pada Pendapatan Usaha dan Dampaknya Terhadap Laba Bersih (Studi Kasus pada Perusahaan Food and Beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2014). *Conference on Management and Behavioral Studies*, 741–754.
- Supriyanto, Antok dan Kirana, S. B. (2008). Pemesanan Makanan Cepat Saji Melalui Internet. *Seminar Nasional Informatika (SemnasIF), 2008(semnasIF)*, 342–348. Retrieved from http://repository.upnyk.ac.id/195/1/44__Sistem_Informasi_Manajemen_Pemesanan_Makanan_Cepat_Saji_Melalui_Internet_dengan_Multi_Outlet.pdf
- Tjiptaningsih, D. S., & Aryani, L. (2014). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Restoran Fast Food Pizza Hut Di Jakarta Selatan)*. *Online Journal & Proceeding Universitas Jendral Soedirman* (Vol. 4). Retrieved from <http://jp.feb.unsoed.ac.id/index.php/sca-1/article/viewFile/671/704>
- Winarta, M. (2015). Strategi Pengembangan Bisnis Makanan pada Usaha Depot Dapur Jawa. *Agora*, 3(1), 463–469.
- Yuliana, Y. O. (2000). Penggunaan Teknologi Internet Dalam Bisnis. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 2(1), 36–52. Retrieved from <http://jp.feb.unsoed.ac.id/index.php/sca-1/article/viewFile/671/704>
- Yulianto, Budi dan Dewi, Citra Lusiana dan Wijaya, O. (2014). Peran Website Restoran Terhadap Daya Tarik Konsumen Online. *ComTech*, 5(2), 1096–1109.

