

**PENGARUH LAYANAN APLIKASI GO-FOOD TERHADAP  
PENINGKATAN PENJUALAN PADA UMKM KULINER DI  
YOGYAKARTA**



*6/June 22  
Ace utli  
diuji*

*[Signature]*

**SKRIPSI**

**Disusun oleh:**

**Wulan Purbaningrum**

**15312541**

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**YOGYAKARTA**

**2022**

**PENGARUH LAYANAN APLIKASI GO-FOOD TERHADAP  
PENINGKATAN PENJUALAN PADA UMKM KULINER DI  
YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk mencapai  
derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada  
Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII

Oleh:

Nama: Wulan Purbaningrum

No. Mahasiswa: 15312541

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**YOGYAKARTA**

**2022**

**HALAMAN PERNYATAAN BEBAS  
PLAGIARISME**

**PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Wulan Purbaningrum

NIM : 15312541

Program Studi : Akuntansi

Menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“PENGARUH LAYANAN APLIKASI GO-FOOD TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PADA UMKM KULINER DI YOGYAKARTA”** merupakan hasil karya orisinal saya sendiri. Sumber informasi yang dikutip dari penulis lain juga telah disebutkan dalam teks dan sudah tercantum dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak sebagaimana yang tertulis, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku.

Yogyakarta, 4 Juni 2022



(Wulan Purbaningrum)

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PENGARUH LAYANAN APLIKASI GO-FOOD TERHADAP  
PENINGKATAN PENJUALAN PADA UMKM KULINER DI  
YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

Diajukan oleh:

Nama: Wulan Purbaningrum

No. Mahasiswa: 15312541

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal 6 Juni 2022

Dosen Pembimbing,



(Dr. Mahmudi, S.E., M.Si., Ak., CMA., CA.)

**BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI**

SKRIPSI BERJUDUL

**PENGARUH LAYANAN APLIKASI GO-FOOD TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN  
PADA UMKM KULINER DI YOGYAKARTA**

Disusun Oleh : **WULAN PURBANINGRUM**

Nomor Mahasiswa : **15312541**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**


Pada hari, tanggal: **Kamis, 11 Agustus 2022**

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Mahmudi, Dr., S.E., M.Si.

Penguji : Rifqi Muhammad, SE., SH., M.Sc., SAS., ASPM., Ph.D.



Mengetahui  
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Islam Indonesia



Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D., CFA, CertIPSAS.

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Skripsi ini penulis persembahkan untuk Bapak, Ibu, adik-adik, dan keluarga besar penulis yang senantiasa mendoakan dan selalu memberi dukungan Sahabat dan almamater Universitas Islam Indonesia*

الجمعة المباركة  
الاستاذة الاندو  
التي هي

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakaatuh*

Puji dan syukur kepada Allah SWT yang selalu memberikan kasih sayang dan limpahan karunia-Nya, sehingga penulis diberikan kemampuan dan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Layanan Aplikasi Go-food Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UMKM Kuliner Di Yogyakarta”** Tidak lupa juga penulis ucapkan shalawat dan salam kepada junjungan nabi besar Muhammad SAW.

Penulis menyadari bahwa terselesaikannya skripsi tidak mungkin lepas dari bantuan banyak pihak. Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberi bantuan moril maupun materiil dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, terutama kepada yang saya hormati:

1. Yang utama dan teristimewa kepada kedua orang tua penulis, Ibu Saniati dan Bapak Tugimin yang tidak pernah berhenti mendoakan, memberi kasih sayang serta memberikan dukungan baik moril maupun materiil, sehingga skripsi ini dapat penulis selesaikan.
2. Adik-adik penulis, Taufiq dan Rafqa yang selalu membuat penulis lebih semangat dalam proses pencapaian gelar sarjana ini.
3. Saudara dan sepupu terdekat penulis, Roni, Findy, Ria, Arianto, Indarti, yang selalu ada dan tidak pernah menolak ketika penulis meminta suatu bantuan.

4. Kakak dan adik dari ibu dan bapak penulis, Ibu Warsini, Bapak Paimin, Ibu Kasinem, Bapak Kasimin, yang juga selalu mau direpotkan oleh penulis.
5. Seluruh keluarga besar dari Bapak Wasenen dan Bapak Mintono selaku kakek penulis yang senantiasa membuka pintu rumahnya lebar-lebar saat penulis pulang kampung dan ingin meringankan kejenuhan.
6. Bapak Dr. Mahmudi, S.E., M.Si., Ak., CMA., CA, di mana adalah dosen terbaik selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak membantu penulis, berkenan memberikan waktu luang dan mendampingi penulis dalam proses pengerjaan skripsi.
7. Segenap dosen Prodi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia yang pernah mengajar penulis dan memberikan ilmu yang sangat bermanfaat kepada penulis semasa studi.
8. Segenap staf Pengajaran, Perpustakaan, serta Tata Usaha Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia yang sangat membantu dalam proses administrasi pengerjaan skripsi.
9. Seluruh pedagang UMKM Yogyakarta yang dengan sukarela bersedia meluangkan waktu untuk terlibat dalam proses pengambilan data dan memberikan informasi yang penulis butuhkan.
10. Sahabat penulis, Salsa, Elvin, Zulha, Xgya, Azizah, Niken, Nalda, Shaum, dan Yuli yang menjadi tempat nyaman untuk bercerita.
11. Ikon Suhaini, Frilya Shofinida, Nugraeni Susanti, teman berkeluh kesah dan sahabat penulis sejak semester kedua di kampus UII.
12. Seluruh mahasiswa UII angkatan 2015 yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, semoga sukses untuk kita semua.
13. Bapak Jaka Sriyana, S.E., M.Si., Ph.D. selaku dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia
14. Bapak Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D selaku rektor Universitas Islam Indonesia
15. Yang terakhir, penulis persembahkan skripsi ini kepada siapapun yang bertanya, "*kapan lulus?*" pada penulis.



Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang terlibat dalam proses penulisan skripsi. Semoga Allah SWT memberikan balasan dan rahmat-Nya kepada semua pihak.



Yogyakarta, 4 Juni 2022

Penulis

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH PELAYANAN APLIKASI GO-FOOD TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PADA UMKM KULINER DI YOGYAKARTA**

Berkembangnya teknologi, saat ini banyak usaha kuliner menggunakan proses penjualan secara online. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh antara pelayanan aplikasi Go-food terhadap peningkatan penjualan pada UMKM Kuliner di Yogyakarta.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan analisis data yang digunakan adalah analisis linear berganda, uji t, uji f dan uji determinasi. Pengolahan data menggunakan software SPSS versi 23. Hasil dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh secara positif dan signifikan antara pelayanan aplikasi Go-food terhadap peningkatan penjualan pada UMKM Kuliner di Yogyakarta.

Kata Kunci: Layanan Go-Food dan Peningkatan Penjualan

**ABSTRACT**  
**THE EFFECT OF GO-FOOD APPLICATION SERVICES ON INCREASING**  
**SALES IN CULINARY MSMES IN YOGYAKARTA**

*With the development of technology, nowadays many culinary businesses use an online sales process. The purpose of this study was to determine the effect of the Go-food application service on increasing sales at Culinary UMKM in Yogyakarta.*

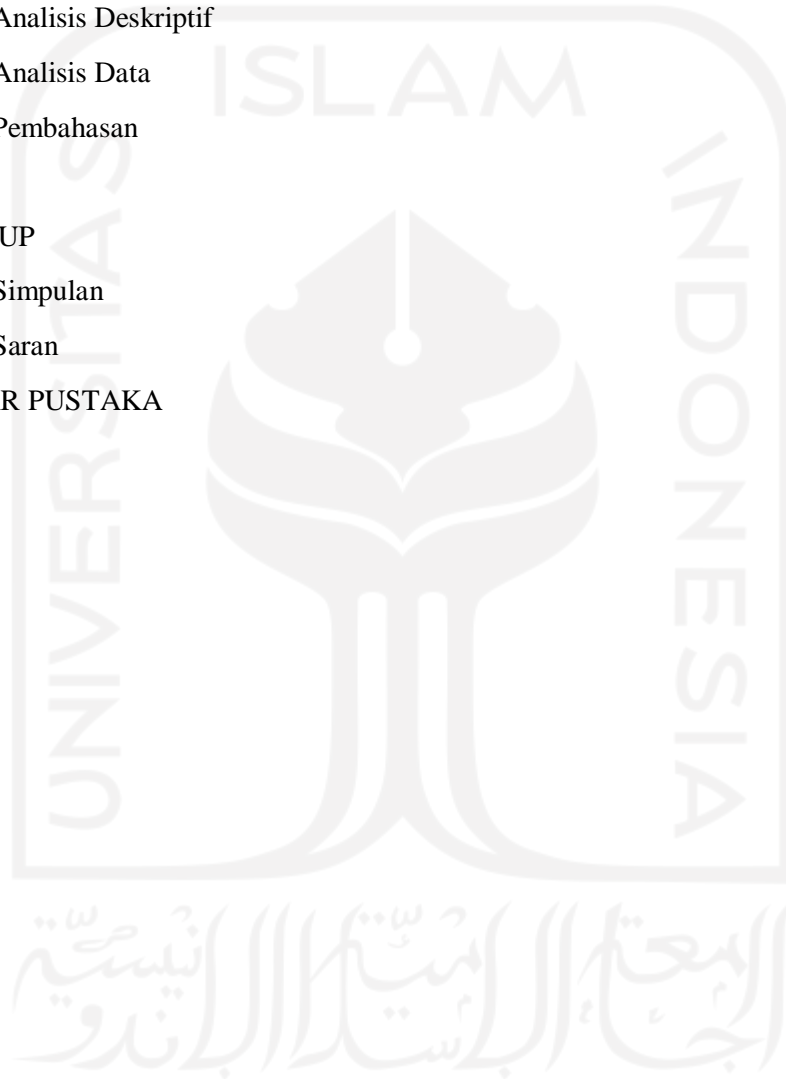
*The research method used in this research is quantitative with the data analysis used is multiple linear analysis, t test, f test and determination test. Data processing using SPSS version 23 software. The results in this study are that there is a positive and significant influence between the Go-food application service on increasing sales at Culinary UMKM in Yogyakarta.*

*Keywords: Go-Food Service and Sales Increase*

## DAFTAR ISI

<b>Contents</b>	
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Batasan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	5
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Landasan Teori	7
B. Penelitian Terdahulu	9
C. Kerangka Pemikiran	13
D. Hipotesis	15
BAB III	17
METODOLOGI PENELITIAN	17
A. Jenis Penelitian	17
B. Populasi dan Sampel	18
C. Variabel Penelitian	19
D. Sumber Data	21

E. Teknik Pengumpulan Data	22
F. Teknik Analisis Data	24
BAB IV	30
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	30
A. Gambaran Umum Go-Food	30
B. Analisis Deskriptif	31
C. Analisis Data	34
D. Pembahasan	50
BAB V	51
PENUTUP	51
A. Simpulan	51
B. Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	53



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	20
Tabel 4.1 Karakteristik Jenis Kelamin	31
Tabel 4.2 Karakteristik Lama Usaha	32
Tabel 4.3 Karakteristik Omzet Penjualan	33
Tabel 4.4 Uji Validitas Layanan Aplikasi Go-food	35
Tabel 4.5 Uji Validitas Peningkatan Penjualan	36
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas Layanan Aplikasi Go-food	37
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas Peningkatan Penjualan	38
Tabel 4.8 Uji Normalitas	39
Tabel 4.9 Uji Multikolinearitas	40
Tabel 4.10 Uji Heteroskedastisitas	42
Tabel 4.11 Uji Analisis Linear Berganda	43
Tabel 4.12 Uji F	45
Tabel 4.13 Uji T	46
Tabel 4.14 Uji Determinasi	48

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran1 Output SPSS	55
Lampiran2 Kuesioner	64
Lampiran3 Tabulasi	68



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran \_\_\_\_\_ 15

Gambar 4.1 Logo Perusahaan \_\_\_\_\_ 30





## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Kota Yogyakarta dikenal sebagai salah satu tujuan wisata di Indonesia yang memiliki banyak sekali objek wisata. Dengan hal tersebut, Pemerintah Kota Yogyakarta melihat adanya peluang untuk menjadikan sektor pariwisata termasuk dalam sektor unggulan. Jumlah kunjungan wisatawan yang datang ke Kota Yogyakarta sepanjang tahun 2012 kurang lebih 2,4 juta pengunjung, sebanyak 190.000 di antaranya adalah wisatawan yang berasal dari mancanegara. Hal tersebut membuktikan bahwa wisatawan yang datang berjumlah lebih tinggi sebesar 18 % dibanding pada 2011 (<http://travel.kompas.com/>). Peningkatan jumlah wisatawan yang mengunjungi Yogyakarta dapat dikatakan peluang bagi pertumbuhan wisata kuliner, dengan demikian berdampak positif bagi perekonomian masyarakat sekitar.

Bersamaan dengan teknologi yang sangat berkembang saat ini, bisnis usaha makanan dapat menggunakan proses penjualan secara online. Teknologi sekarang semakin berkembang yang memudahkan kita dalam melakukan banyak kegiatan sehingga dapat mempersingkat waktu dan bisa mengerjakan pekerjaan lainnya. Selaras dengan hal tersebut, Rakhmawati (2019) mengungkapkan jika adanya kemajuan teknologi semakin pesat dalam berita

mau tidak mau harus menuntut para pelaku perjuangan agar bisa memahami dan juga memanfaatkan dalam menjalankan bisnis sebagai salah satu usaha meningkatkan daya saing. Teknologi yang semakin berkembang menjadikan para pengusaha makanan yang memanfaatkan berjualan secara online. Hal tersebut diharapkan dapat membantu meningkatkan pendapatan para pengusaha di bidang kuliner. Selain diharapkan dapat membantu perihal pendapatan, penjualan secara online ini juga dirasa lebih efektif dan efisien.

GO-JEK, ketika melihat peluang tersebut berharap Go-food bisa menjadi salah satu perantara untuk mengenalkan serta memberi informasi kepada warga, baik warga lokal maupun wisatawan mengenai keberagaman makanan di Indonesia. Dalam prakteknya, Go-food bekerja dengan mempromosikan kekayaan makanan Indonesia. Khususnya yang terjadi di Yogyakarta, Go-food yang berasal dari aplikasi GO-JEK sangat membantu dalam penaikan pangkat serta sarana penaikan penjualan makanan. Layanan Go-food bukan sekedar penyedia jasa yang mengantarkan jual beli kuliner, tetapi juga sangat membantu masyarakat mempromosikan masakan yang dijual. Go-food menyediakan food delivery memakai smartphone yang sudah dilengkapi dengan aplikasi GOJEK, membuka fitur Go-food pada aplikasi tersebut, konsumen sudah dapat dengan mudah memesan makanan. Makanan yang sudah dipilih akan dipesankan dan diantar secara langsung oleh driver GOJEK. Bagi para pengusaha kuliner yang mempunyai dana terbatas dan ingin ikut dalam mengembangkan layanan delivery order, memilih bergabung bersama Go-food merupakan solusi alternatif yang dapat membantu

pengusaha kuliner. Dengan hal tersebut, para pengusaha makanan tetap dapat menikmati jasa layanan delivery order tanpa harus menambah pekerja atau karyawan. Keuntungan yang dihasilkan dari bergabung dengan layanan ini bisa dirasakan secara langsung oleh para pengusaha kuliner sebab mereka tidak harus menyediakan anggaran tambahan untuk berbagi layanan delivery order. Selain itu, jasa layanan go-food ini dinilai juga bias digunakan sebagai alternatif yang sangat membantu, mempermudah, serta menguntungkan (Widyayanti & Insiatiningsih, 2021).

Pada prakteknya, para pengguna aplikasi jasa Gojek dapat dengan mudah memesan hidangan apa saja dan kapan saja asal pada banyak sekali pilihan restoran. Kepada pelaku usaha makanan yang saat ini tidak mempunyai layanan jasa delivery order, mereka bisa memperluas pangsa pasar dan bersaing menggunakan restoran waralaba agar dapat menjual barang dagangannya. Tidak hanya itu, kehadiran go-food juga dirasa mampu memberikan peluang bagi para pengusaha makanan kecil dan menengah untuk menyebarkan usaha mereka.

Bagi pengusaha rumah makan UMKM kuliner di Yogyakarta, bergabung dengan jasa layanan Go-Food dirasakan lebih ekonomis, hal tersebut dibuktikan dengan pada saat pertama kali bergabung tidak dipungut biaya administrasi apapun. Beda halnya apabila para pengusaha UMKM berdiri sendiri dalam hal ingin berbagi usaha rumah makannya melalui delivery order tanpa bergabung dengan layanan Go-Food. Selain dapat menambah banyak biaya anggaran untuk menciptakan layanan delivery order sendiri, untuk

mencakup jangkauan konsumen yang luas juga cenderung dirasa sulit karena persaingan dengan pengusaha makanan yang lain semakin ketat. Dikatakan demikian sebab pada zaman modern sekarang ini, kebanyakan konsumen penikmat kuliner kebanyakan mengandalkan layanan delivery order.

Penelitian yang dilakukan oleh Prasetianto, et al (2021) menunjukkan hasil yang berarti jika layanan Go-Food berpengaruh signifikan terhadap meningkatnya penjualan kuliner yang ada di Yogyakarta. Penelitian yang dilakukan oleh Cahya, et al (2021) menunjukkan hasil bahwa layanan Go-Food memiliki peran yang sangat penting dalam upaya meningkatkan penjualan kuliner. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa layanan Go-Food berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan kuliner di Yogyakarta. Gaya hidup masyarakat sekarang yang sebagian besar mengandalkan penggunaan layanan online adalah satu di antara beberapa alasan penggunaan layanan Go-Food mengalami peningkatan. Berdasarkan sudut pandang pengusaha kuliner, penggunaan layanan Go-Food dapat mempermudah mereka memasarkan makanan dan dinilai sangat membantu. Berdasarkan pemaparan latar belakang tersebut di atas peneliti sangat tertarik mengambil judul dalam penelitian ini adalah “PENGARUH PELAYANAN APLIKASI GO-FOOD TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PADA UMKM KULINER DI YOGYAKARTA”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah **“Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan aplikasi Go-Food terhadap peningkatan penjualan pada UMKM Kuliner di Yogyakarta?”**

## **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas maka batasan dalam penelitian ini adalah:

1. Menggunakan variabel independen yaitu layanan gofood dan variabel dependen yaitu peningkatan penjualan.
2. Hanya dilakukan pada aplikasi gofood.

## **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas tujuan dalam penelitian ini adalah **“Untuk mengetahui adanya pengaruh yang signifikan antara pelayanan aplikasi Go-Food terhadap peningkatan penjualan pada UMKM Kuliner di Yogyakarta?”**

## **E. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian maka manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

## 1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan pada penelitian selanjutnya, terutama pada penelitian yang berkaitan dengan peningkatan penjualan.

## 2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan bagi para pengusaha yang bergerak di bidang kuliner yang belum menggunakan media online untuk memasarkan produk kuliner mereka melalui media online.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Landasan Teori

##### 1. Layanan Go-Food Delivery

Berdasarkan Christopher Lovelock (2012), layanan food delivery merupakan pembuatan situs web yang dapat memberikan sebuah informasi serta mendapatkan pesanan atau bahkan dapat berfungsi sebagai saluran penghantaran layanan berbasis isu. Go-Food ialah fitur layanan food delivery layaknya *delivery order* di sebuah makanan. Memanfaatkan sebuah *smartphone* serta menjalankan fitur Go-Food pada pada aplikasi GO-JEK, pembeli diharapkan mampu memesan kuliner asal warung makan yang menjalin kerja sama menggunakan GO-JEK. Makanan yang dipesan akan diantar secara langsung oleh para driver GO-JEK. Fasilitas layanan ini seperti dengan layanan *delivery order* restoran. Maka dari itu, layanan ini sangat memudahkan para konsumen agar dapat memesan makanan asal warung yang telah dipilih (Prasetianto, et al, 2021).

Nurul Almariah et al. (2019) berpendapat bahwa dengan menggunakan layanan Go-Food terdapat banyak keuntungan yang dapat dirasakan, tidak hanya bagi para pelaku bisnis makanan itu

sendiri, namun juga bagi para driver Go-Food serta konsumen. Keuntungan bagi para pelaku bisnis makanan yang tergabung dengan layanan Go-Food adalah bisa menjangkau konsumen lebih luas, karena dengan memanfaatkan layanan Go-Food ini kemungkinan memperluas dan menaikkan daerah pangsa pasar sangat terasa signifikan. Indikator dari layanan Go-food Delivery adalah sebagai berikut ini (Pratama, 2018:21):

- a. Promosi
- b. Distribusi

## 2. Meningkatkan Skala Penjualan

Berdasarkan M.Amdan Saputra (2020), penjualan merupakan aktivitas yang dijalankan oleh para pelaku usaha guna untuk mempertahankan bisnisnya agar dapat berkembang serta untuk menerima untung atau laba yang diinginkan. Pada umumnya, jumlah keuntungan yang dapat diperoleh tergantung secara langsung maupun tidak eksklusif dari penjualan. Kontribusi dari peningkatan penjualan terhadap laba telah kentara.

Menaikkan penjualan berguna pada usaha mengurangi *porto overhead* karena biaya tetap dimanfaatkan agar mencapai penjualan yang berjumlah lebih besar. Adanya layanan pesan dan antar makanan secara online ini terbukti bisa membantu para pelaku usaha makanan dalam hal meningkatkan pendapatan. Hal tersebut sejalan dengan tujuan layanan tadi yaitu Go-Food yang berasal GO-JEK. Melalui



layanan jasa ini, kuliner kecil serta menengah mampu menaikkan penjualannya hingga 3 kali lipat semenjak bergabung menjadi mitra Go-Food (Prasetianto, et al, 2021).

Go-Food adalah layanan jasa dari Go-Jek yang dikhususkan melayani food delivery service yang beroperasi di Indonesia. Layanan jasa ini dibuat menjadi suatu aktivitas promosi di mana dapat diketahui memberi informasi wacana suatu produk yang disajikan oleh distributor ataupun penghasil eksklusif, dalam hal ini berarti penyaji makanan (Hidayatullah, 2018). Indikator berasal peningkatan penjualan merupakan sebagai berikut ini (Pratama, 2018:21):

- a. Omzet
- b. Kuantitas

## B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1

### Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun	Judul	Alat Analisis	Hasil
1	Agus Dwi Cahya, Mahdanito F. B2,	ANALISIS LAYANAN GO-FOOD DALAM MENINGKATKAN	Analisis Linear Berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa layanan go-food memiliki

	Dimas Martha, Singgih Prasetianto  2021	PENJUALAN PADA KULINER DI YOGYAKARTA		pengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan kuliner di Yogyakarta.
2	Singgih Prasetianto, Mahdanito F. B., Dimas Martha Kusuma, Agus Dwi Cahya  2021	ANALISIS LAYANAN GO- FOOD DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA UMKM KULINER DI YOGYAKARTA	Analisis Linear Berganda	Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis layanan go-food dalam meningkatkan penjualan pada kuliner di yogyakarta, bisa diambil kesimpulan jika layanan go-food mempunyai pengaruh signifikan serta positif terhadap penjualan kuliner

				<p>yang semakin meningkat di Yogyakarta. Hal tersebut diketahui berdasarkan nilai <math>t</math>-hitung <math>&gt;</math> <math>t</math> tabel dan sig bernilai <math>0.020 &lt; 0,05</math>.</p>
3	<p>Salman Hafidz Caria Ningsih Ilham Fajri 2021</p>	<p>DAMPAK PELAYANAN GO-FOOD TERHADAP PENJUALAN UNIT USAHA MIKRO MAKANAN LOKAL MITRA GO-FOOD DI KOTA BANDUNG</p>	<p>Analisis Linear Berganda</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel layanan Go-food positif dan signifikan sebanyak 42,4% terhadap penjualan UMK lokal mitra Go-food yang ada di Bandung, sisanya sebanyak 57,6% dipengaruhi dari variabel</p>

				<p>lainnya yang tidak diteliti, seperti, harga, kualitas produk bauran pemasaran, manajemen marketing.</p> <p>Permodalan mitra go-food secara akumulasi mengalami peningkatan, manun modal harian di akhir pekan (jumat, libur nasional, minggu, dan sabtu) mengalami kendala. Hal ini dikarenakan pencairan penjualan di akhir pekan disalurkan</p>
--	--	--	--	--

				<p>ke mitra pada hari senin pada jam 12 siang ke atas.</p> <p>Saran yang diberikan yaitu: alangkah baiknya jika pencairannya dipercepat karena memiliki pengaruh terhadap perputaran modal harian.</p>
--	--	--	--	--

### C. Kerangka Pemikiran

Jasa pelayanan Go-Food artinya pelayanan pesan antar makanan besar pada global sesudah Cina yang dinilai telah membantu dalam penyebaran lebih dari 125.000 restoran yang beredar di seluruh Indonesia. Banyak sekali cara yang dapat dilakukan sang pengusaha khususnya penjual makanan agar mampu merebut hati konsumen, misalnya menggunakan fitur layanan Go-Food yang telah dikembangkan Go-Jek yang dinilai menguntungkan seluruh pihak. Bagi para konsumen, penggunaan layanan Gofood dirasa bisa memudahkan dalam hal pemesanan makanan. Bagi pihak Go-Jek, pemanfaatan

layanan Gofood dilihat mampu menambah pemasukan perusahaan karena dibantu dengan banyaknya orderan yang diterima melalui layanan Gofood. Sedangkan bagi perusahaan, keuntungan dari bergabung dengan mitra Gofood dapat memacu potensi kenaikan penjualan. Hal tersebut tentu saja menggunakan usaha yang bervariasi, bermula dari promosi, memberikan pelayanan yang ramah, hingga dengan berusaha beradaptasi menggunakan kemajuan teknologi (Hidayatullah, 2018).

Peningkatan penjualan perjuangan secara langsung bergantung pada wilayah penjualan yang akan dikelola. Daerah penjualan yang potensial atau sering disebut menggunakan kata “lahan basah” tidak jarang sebagai rebutan para pedagang. Jika baru pertama kali akan memasuki daerah penjualan yang baru, maka hal pertama yang harus dilakukan adalah mengenali dan menganalisis wilayah tersebut dengan cara mengetahui potensi pasarnya. Tidak hanya itu, pelaku usaha juga harus belajar dan mengamati pesaing yang terdapat di wilayah tersebut. Hal ini sangat berkaitan langsung dengan proses pencapaian penjualan yang berhubungan dengan jumlah pesaing yang ada di suatu wilayah (Hidayatullah, 2018).

Berdasarkan kerangka teori yang telah disebut serta penelitian terdahulu yang telah dikemukakan di atas, maka hubungan antara variabel pada penelitian ini dapat dinyatakan dalam sebuah kerangka pemikiran. Kerangka pikir artinya contoh konseptual tentang bagaimana teori berafiliasi menggunakan banyak sekali faktor yang sudah diidentifikasi menjadi *problem*

yang penting (Sugiyono, 2017). Kerangka pikir dalam penelitian ini bisa ditunjukkan dalam tabel sebagai berikut:

**Gambar 2.1**

**Kerangka Pemikiran**



**D. Hipotesis**

Menurut Sugiyono (2017: 96), yang dimaksudkan dalam hipotesis adalah merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian tersebut telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Dapat dikatakan demikian karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori. Hal tersebut menyatakan bahwa hipotesis sebagai praduga atau asumsi yang harus diuji melalui data atau fakta yang diperoleh dengan jalan penelitian. Berdasar kajian teoritis di atas maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

Ha: Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan antara layanan Go-food terhadap peningkatan penjualan

Ho: Tidak terdapat pengaruh secara positif dan signifikan antara layanan Go-food terhadap peningkatan penjualan





## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian ini berjenis asosiatif kausal, Sugiyono (2017:55) menyatakan jika penelitian asosiatif kausal bertujuan mencari tahu hubungan di antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini akan membentuk sebuah teori yang bisa digunakan untuk meramalkan, menyebutkan, serta mengontrol hubungan kausal. Maksud dari hubungan kausal ialah hubungan karena adanya dampak dari variabel (independen) terhadap variabel (dependen). Teknik analisis dalam penelitian asosiatif adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif bersifat terpola, sistematis, dan terstruktur.

Penelitian kuantitatif juga bisa diartikan sebagai penelitian yang berisi banyak angka, yang dimulai dari proses pengumpulan data hingga penyampaian hasilnya. Kesimpulan dalam penelitian kuantitatif menjadi semakin baik disertai tabel, gambar, dan grafik.

## B. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Pengertian populasi artinya daerah generalisasi yang berisikan objek/subjek dengan ciri eksklusif dan kuantitas peneliti tetapkan buat dipelajari dan selanjutnya diambil ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2017:57). Penelitian ini menjadikan seluruh Konsumen makanan di UMKM makanan pada Yogyakarta

### 2. Sampel

Pengertian sampel ialah bagian dari populasi yang mempunyai ciri-ciri dari populasi. Peneliti tidak mungkin meneliti populasi jika populasi terlalu banyak, hal ini dikarenakan keterbatasan dana, energi, dan waktu. Sehingga perlu menetapkan sampel yang didapatkan dari populasi tersebut. Sampel yang berasal dari populasi selanjutnya diteliti guna mendapatkan konklusi yang nantinya dilakukan buat populasi (Sugiyono,2017:58).

Pada penelitian ini, peneliti bertujuan buat mengetahui layanan perangkat lunak Go-food terhadap peningkatan penjualan di UMKM makanan pada Yogyakarta. karena jumlah populasi penelitian ini tidak diketahui maka teknik buat penentuan besarnya sampel menggunakan rumus Lemeshow (1997) menjadi berikut:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot (1 - P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

Z = Nilai tabel (t) normal 95% = 1,96

P = Maksimal estimasi = 0,5

d = Alpa atau sampling error = 10% (0,1)

berdasarkan rumus tersebut, maka jumlah sampel penelitian ini yaitu:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P(1 - P)}{d^2}$$

$$d^2$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1-0,5)}{0,1^2}$$

$$0,1^2$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$0,01$$

$$n = 96,04 \approx 100$$

n yang didapatkan yaitu 96,04 dan pembulatangannya 100 orang yang dijadikan responden.

### C. Variabel Penelitian

#### 1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017:112). Variabel penelitian yaitu digunakan untuk membedakan atau mengubah nilai sebagai sinonim dari konstruk yang dinyatakan dengan nilai atau angka. Pada penelitian ini

terdapat dua variabel, yaitu variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen).

a. Variabel independen (X)

Variabel independen atau bebas (X) adalah variabel yang memengaruhi variabel (Y). Variabel independen dalam penelitian ini adalah layanan aplikasi Go-food

b. Variabel dependen (Y)

Variabel dependen atau terikat (Y) adalah variabel dipengaruhi oleh (X) yang nilainya tergantung perubahan oleh variabel lain.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Peningkatan Penjualan

## 2. Definisi Konseptual

Definisi konseptual merupakan batasan terhadap variabel yang dijadikan pedoman dalam penelitian sehingga akan memudahkan dalam mengoperasikan di lapangan. Dalam penelitian ini konseptual utama yang dipakai adalah layanan aplikasi Go-food terhadap peningkatan penjualan. Di antaranya:

Tabel 3.1

## Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Pengukuran
1	Layanan Food Delivery	1. <b>romosi</b>  2. <b>istribusi</b>	Skala Likert
2	Peningkatan penjualan	1. <b>mzet</b>  2. <b>uantitas Produk</b>	Skala Likert

**D. Sumber Data**

Metode pengumpulan data dapat dilakukan dengan (dua) sumber data yaitu data primer dan data sekunder.

## 1. Data Primer

Data primer/utama adalah data yang didapatkan langsung dari pengumpul data (Sugiyono, 2017:147). Berdasarkan (Kriyantono, 2016:41) pengertian data primer ialah data yang data yang didapat dari tangan/sumber pertama di perusahaan.

Hal ini menunjukkan jika data primer merupakan data yang dihasilkan secara langsung dari sumber penelitian.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data penelitian yang didapatkan dari arsip peristiwa yang sudah terjadi di masa lalu. Sumber data sekunder yaitu: majalah, jurnal, data statistik, buku, ataupun internet. Data yang didapatkan dari BPS dapat dikatakan sebagai data sekunder Sugiyono (2012:137).

### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan cara peneliti membagikan kuesioner kepada responden. Kuesioner dimaknai sebagai teknik yang digunakan dalam pengumpulan data melalui pemberian sekumpulan pertanyaan/ Pernyataan tertulis ke responden agar dijawab, responden bisa memberikan tanggapan secara langsung atau tidak. Angket memiliki dua jenis, yaitu angket terbuka dan angket tertutup. Kuesioner penelitian ini berjenis kuesioner tertutup, yang mana jawaban kuesioner telah disediakan dan responden tinggal memilih jawaban yang disediakan (Sugiyono, 2017). Kuesioner yang peneliti gunakan adalah angket tertutup yang disajikan pada lampiran kuesioner tersebut berisikan pernyataan tertulis di mana jawaban telah disediakan sehingga responden hanya memberi tanda centang (✓). Dalam penyebaran kuesioner, peneliti

akan menyebarkan sendiri secara langsung ke responden di UMKM Kuliner di Yogyakarta. Apabila ada responden yang kurang mengerti dan bertanya, penelitian berupaya menjawab dan memberikan pengarahan lebih lanjut dalam pengisian kuesioner oleh responden. Setelah proses telah berhasil dilalui, peneliti mengucapkan terimakasih kepada responden yang telah mengisi kuesioner.

Pengukuran jawaban yang didapatkan dari angket memakai *skala likert*. *Skala Likert* bisa digunakan untuk mengukur pendapat, sikap, serta persepsi sekelompok orang atau individu mengenai fenomena sosial. Langkah selanjutnya menjabarkan variabel menjadi indikator variabel. Hasil yang didapatkan dari indikator tersebut selanjutnya dijadikan patokan dalam penyusunan item-item instrumen yang berbentuk pertanyaan atau pernyataan. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa cara pengukuran dengan menghadapkan responden dengan sebuah pertanyaan dan kemudian dimintai jawaban dengan *skala likert* yang terdiri dari:

- a. Sangat Setuju (SS) diberi skor 5,
- b. Setuju (S) diberi skor 4,
- c. Ragu-ragu/Netral diberi skor 3,
- d. Tidak Setuju (TS) diberi skor 2,
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1.

## **F. Teknik Analisis Data**

### **1. Analisis Deskriptif**

Pengelolaan data statistik merupakan proses pemberian makna terhadap data penelitian kuantitatif dengan menggunakan. Statistik naratif digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis data melalui penggambaran data yang sudah terkumpul tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang bisa digeneralisasikan (Sugiyono, 2017).

Fungsi statistik deskriptif adalah menyampaikan gambaran atau menganalisis objek penelitian dari data sampel yang berasal dari populasi, tanpa membuat kesimpulan secara luas. Penyajian data dalam statistik deskriptif memakai distribusi tabel frekuensi atau tabel biasa, grafik batang atau garis, pictogram, diagram lingkaran, penjelasan kelompok dengan memakai median, modus, mean, dan variasi kelompok melalui rentang serta simpangan baku. Analisis statistik yang digunakan yaitu:

- a. Minimum, yaitu nilai paling rendah.
- b. Mean, yaitu nilai rerata.
- c. Maksimum, yaitu nilai paling tinggi.
- d. Standar deviasi digunakan untuk mengetahui variabilitas dari penyimpangan terhadap nilai rata-rata.



## 2. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan tujuan dapat mengetahui apakah pertanyaan yang telah disajikan dalam kuesioner telah tepat untuk digunakan sebagai alat pengukur penelitian yang dilakukan. Jika hasil R hitung lebih besar daripada R tabel maka data dapat dinyatakan valid, sedangkan jika hasil R hitung lebih kecil daripada R tabel maka data dapat dinyatakan tidak valid. Selain itu, dapat juga dilihat dari tingkat signifikansi yang dimiliki oleh masing-masing dimensi kualitas pelayanan. Apabila tingkat signifikansinya  $>0,05$  maka data dapat dinyatakan valid (Ghozali, 2016).

## 3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. *Kuesioner bisa disebut handal atau reliabel jika jawaban pertanyaan dari kuesioner adalah stabil atau konsisten dari waktu ke waktu. Reliabilitas menunjukkan jika sebuah pengukuran apakah bisa memberikan hasil tetap jika pengukuran dilakukan kembali ke subjek yang sama.* Uji reliabilitas dilakukan dengan uji *cronbach Alpha*, jika alpha rendah kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel. Kriteria pengujian uji reliabilitas adalah sebagai berikut (Ghozali, 2016):

- a.  $\text{Alpha} > 0,60$  artinya variabel memiliki reliabilitas
- b.  $\text{Alpha} < 0,60$  artinya variabel tidak memiliki reliabilitas

#### 4. Uji Asumsi Klasik

Pengujian ini digunakan untuk menguji kelayakan model regresi penelitian ini. Pengujian bertujuan memastikan jika tidak terjadi heteroskedastisitas dan multikolinearitas, sekaligus memastikan jika data yang sudah didapatkan berdistribusi secara normal.

##### a. Uji Normalitas

Analisis data dilakukan sesudah data diuji normalitas. Pengujian ini untuk menguji model regresi dari variabel dependen dan independen apakah sesudah terdistribusi secara normal. Model regresi bisa dikatakan baik jika model terdistribusi normal atau mendekati normal. Pengujian normalitas menggunakan *Kolmogorov-Smirnov Test* (K-S). Kriteria pengujian yang digunakan sebagai berikut (Ghozali, 2016) :

- 1) Jika nilai Sig.> 0,05 maka data berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai Sig.< 0,05 maka data berdistribusi tidak normal.

##### b. Uji Multikolinearitas

Pengujian Multikolinearitas digunakan untuk mengetahui model regresi apakah terdapat korelasi di antara variabel independen. Model regresi dikatakan baik jika tidak ada korelasi di antara variabel independennya (Ghozali, 2016). Gejala multikolinearitas diketahui berdasarkan (2) *Variance Inflation Factor* (VIF) dan (1) nilai *Tolerance*. *Tolerance* digunakan untuk

mengukur variabilitas variabel bebas yang tidak bisa diterangkan variabel bebas lainnya. Jika variabel memiliki nilai VIF  $< 10$  dan angka tolerance Value  $> 0,1$  maka model regresi tersebut tidak memiliki multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan keadaan di mana penyebaran/varian tidak sama. Pengujian ini bertujuan mencari tahu apakah model regresi mengalami ketidaksamaan varian dari residual antar pengamatan yang satu ke pengamatan lainnya (Ghozali, 2016). Apabila varian dari antara pengamatan yang satu ke pengamatan lainnya tetap, maka bisa dikatakan homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas. Penelitian ini menggunakan uji Glejser. Uji Glejser meregresikan nilai absolute residual terhadap variabel independen (Ghozali, 2016). Kriteria pengujian yang digunakan sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka tidak terjadi heteroskedastisitas
  - b. Jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka terjadi heteroskedastisitas
5. Analisis Regresi Linear Berganda

Metode analisis ini digunakan untuk mencari hubungan secara *linear* di antara dua atau beberapa variabel independen terhadap variabel dependen (Y). tujuan model regresi berganda adalah memprediksikan

$$Y = a + \beta X_1 + e$$

Nilai variabel dependen memakai data variabel independen yang nilainya telah diketahui (Santoso, 2016). Model ini dapat digunakan untuk menguji hubungan sebab akibat dari kedua variabel guna mengetahui besar kecilnya pengaruh di antara variabel independen, berikut: tarif pajak, insentif pajak, pemahaman pajak, dan sanksi pajak berpengaruh terhadap variabel dependen (kepatuhan wajib pajak).

Adapun rumus yang digunakan:

Di mana:

Y = Peningkatan Penjualan

X1 = Layanan Aplikasi Go-food

a = Bilangan Konstanta (harga Y, bila X=0)

e = error yang ditolerir (5%)

6. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Tingkat signifikan penelitian ini yaitu 5% (Ghozali, 2016). Nilai  $R^2$  adalah koefisien menggambarkan besar kecilnya persentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

## 7. Uji F

Dalam penelitian ini, uji F dilakukan untuk mengetahui model regresi yang telah dibuat baik atau tidak. Uji F dilakukan dengan melihat perbandingan nilai F hitung dengan F tabel dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika nilai sig  $< 0,05$  maka model regresi baik
- b. Jika nilai sig  $> 0,05$  maka model regresi tidak baik.

## 8. Uji t

Setelah seluruh data berdistribusi normal dan bebas dari gejala multikolinearitas dan heteroskedastisitas, maka dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t. Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variabel terikat. Uji t digunakan untuk menentukan hipotesis apakah diterima atau tidaknya yang dilakukan pada tingkat signifikansi 5% dengan kriteria berikut (Ghozali, 2016):

- a. Jika nilai sig  $< 0,05$  maka hipotesis diterima
- b. Jika nilai sig  $> 0,05$  maka hipotesis ditolak.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Go-Food**

##### **1. Profil Singkat Go-Food**

Go-Food termasuk salah satu layanan yang PT Go-Jek Indonesia sediakan di aplikasi Go-Jek. Konsumen di layanan ini bisa menentukan beraneka ragam kuliner yang sudah terdaftar di kotanya masing-masing. Go-Food menyediakan beraneka layanan dengan bermacam-macam produk makanan dan membuka peluang bagi siapa saja yang menghendaki menjadi mitra.

Sejak Maret 2017, Go-Jek Indonesia membuka cabang di Jambi dan kehadiran Go-Jek memunculkan beraneka respons positif di Produsen dan konsumen. Banyak pengusaha kuliner menjadi mitra Go-Food dari restoran besar dan UMKM. Layanan Go-Food dapat meningkatkan pertumbuhan produsen dan konsumen. Go-Food termasuk dalam peluang usaha baru bagi siapapun yang ingin menyediakan layanan delivery di bidang kuliner.

Sekitar 75.000 restoran yang sudah terdaftar di software GO-JEK, driver akan membelikan kuliner yang konsumen pesan dan mengantarkannya makanan tersebut ke konsumen. Aproksimasi jarak pengantaran di layanan Go-Food yaitu 25 km.

## 2. Logo Go-Food



Gambar 4.1  
Logo Go-Food

### B. Analisis Deskriptif

#### 1. Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian, karakteristik responden menurut jenis kelamin dari responden yang dapat dilihat pada Tabel 4.1 sebagai berikut:

Tabel 4.1

#### Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Pria	18	18%
Wanita	82	82%
Jumlah	100	100%

Tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah responden wanita lebih banyak dari jumlah responden pria. Jumlah responden wanita sebanyak 82 orang dengan persentase 82% sedangkan jumlah responden pria sebanyak 18 orang dengan persentase 18%. Jumlah responden wanita > responden pria merupakan faktor kebetulan karena pada saat penyebaran kuesioner, responden yang berpartisipasi lebih banyak pelanggan wanita, namun demikian perbedaan jenis kelamin bisa menimbulkan pendapat atau sudut pandang yang berbeda dalam menilai peningkatan penjualan.

## 2. Lama Usaha

Berdasarkan hasil penelitian, karakteristik responden menurut lama usaha dapat dilihat pada Tabel 4.2 sebagai berikut:



**Tabel 4.2**

**Karakteristik Responden Menurut Lama Usaha**

Lama Usaha	Jumlah responden	Persentase
<1tahun	46	46%
1-5tahun	34	34%
6-10tahun	11	11%
>10tahun	9	9%
Jumlah	100	100%

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang memiliki lama usahanya <1 Tahun berjumlah 46 atau 46% UMKM, responden yang memiliki lama usahanya 1-5 Tahun berjumlah 34 atau 34% UMKM, responden yang memiliki lama usahanya 6-10 Tahun berjumlah 11 atau 11% UMKM, dan responden yang memiliki lama usahanya >10 Tahun berjumlah 9 atau 9% UMKM.

**3. Omzet Penjualan (Dalam Setahun)**

Berdasarkan hasil penelitian, karakteristik responden menurut omzet penjualan dapat dilihat pada Tabel 4.3 sebagai berikut:

**Tabel 4.3**

**Karakteristik Responden Menurut Omzet Penjualan (dalam Setahun)**

Omzet Penjualan (dalam Setahun)	Jumlah responden	Persentase
< 500 juta	2	2%
500 juta – 4,8 Miliar	89	89%
> 4,8 Miliar	9	9%
Jumlah	100	100%

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang memiliki omzet <500 juta dalam setahun berjumlah 2 atau 2% UMKM, responden yang memiliki omzet 500 – 4.8 M dalam setahun berjumlah 89 atau 89% UMKM, dan responden yang memiliki omzet > 4,8 Miliar dalam setahun berjumlah 9 atau 9% UMKM.

**C. Analisis Data**

**1. Uji Validitas**

Peneliti melakukan uji validitas pada 100 responden. Hal ini dilakukan agar bisa diukur valid atau tidaknya pertanyaan-pertanyaan yang terdapat pada info umum yang menjadi asal buat data penelitian. Menguji masing-masing variabel yang dipergunakan pada penelitian ini, di mana

holistik variabel penelitian memuat 12 pernyataan yang harus dijawab oleh responden. Ketentuan validitas instrumen benar Jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  kritis (0,30) atau Bila hubungan setiap variabel positif dan besarnya 0,3 ke atas maka variabel tersebut ialah construct yang kuat. yang akan terjadi uji validitas setiap pertanyaan ialah menjadi berikut:

a. Uji Validitas Layanan Aplikasi Go-Food

**Tabel 4.4**  
**Uji Validitas Layanan Aplikasi Go-Food**

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pelayanan GF1	18.5700	11.642	.467	.814
Pelayanan GF2	18.7500	10.533	.544	.800
Pelayanan GF3	18.7300	9.896	.775	.752
Pelayanan GF4	18.7400	10.174	.428	.841
Pelayanan GF5	18.7300	9.896	.775	.752

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pelayanan GF1	18.5700	11.642	.467	.814
Pelayanan GF2	18.7500	10.533	.544	.800
Pelayanan GF3	18.7300	9.896	.775	.752
Pelayanan GF4	18.7400	10.174	.428	.841
Pelayanan GF5	18.7300	9.896	.775	.752
Pelayanan GF6	18.7800	10.598	.630	.783

Tabel 4.4 menunjukkan jika pernyataan variabel pelayanan go-food untuk mengukur variabel dinyatakan valid, hal ini dikarenakan *corrected item-Total correlation* bernilai lebih besar dari 0,3

b. Uji Validitas Peningkatan Penjualan

**Tabel 4.5**

**Uji Validitas Peningkatan Penjualan**

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Peningkatan Penjualan 1	17.5400	14.291	.778	.873
Peningkatan Penjualan 2	17.4000	14.606	.829	.861
Peningkatan Penjualan 3	17.5300	14.696	.812	.865
Peningkatan Penjualan 4	16.9600	17.756	.618	.894
Peningkatan Penjualan 5	17.0100	17.505	.672	.888
Peningkatan Penjualan 6	17.0100	17.505	.672	.888

Tabel 4.5 menunjukkan jika pernyataan di variabel peningkatan penjualan dinyatakan valid. Hal ini dikarenakan *corrected item-Total correlation* bernilai lebih besar dari 0,3

## 2. Uji Reliabilitas

Pengujian uji Reliabilitas menerapkan metode Alpha Cronbach's yang diukur dari 0 hingga 1. Skala Alpha Cronbach's dikelompokkan pada 5 berikut:

- a. 0,00 s.d. 0,20 (kurang reliabel)
- b. 0,21 s.d. 0,40 (agak reliabel)
- c. 0,42 s.d. 0,60 (relatif reliabel)
- d. 0,61 s.d. 0,80 (reliabel)
- e. 0,81 s.d. 1,00 (sangat reliabel)
- f. Reliabilitas suatu konstruk variabel disebut baik jika Alpha Cronbach's bernilai  $> 0,60$ .

**Tabel 4.6**

### **Uji Reliabilitas Variabel Layanan Aplikasi Go-food**

#### **Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.820	6

Berdasarkan pengujian *Reliability Statistics* di atas, berarti dimensi variabel layanan go-food adalah reliabel. Karena angka  $0.820 >$  dari  $0,60$ .

**Tabel 4.7**

**Uji Reliabilitas Variabel Peningkatan Penjualan**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.897	6

Berdasarkan pengujian *Reliability Statistics* di atas, berarti bahwa dimensi variabel peningkatan penjualan adalah reliabel. Karena angka  $0.897 >$  dari  $0,60$ .

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

An Pengujian ini untuk menguji model regresi dari variabel dependen dan independen apakah sesudah terdistribusi secara normal. Model regresi bisa dikatakan baik jika model terdistribusi normal atau mendekati normal. Pengujian normalitas menggunakan *Kolmogorov-Smirnov Test* (K-S) yang dihitung menggunakan SPSS 23.0. Data dikatakan berdistribusi normal jika nilai probabilitas  $> 0,05$ . Berikut

yang akan terjadi uji normalitas yang didapat menggunakan bantuan acara SPSS:

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Studentized Deleted Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0015170
	Std. Deviation	1.01250569
Most Extreme Differences	Absolute	.067
	Positive	.067
	Negative	-.064
Kolmogorov-Smirnov Z		.669
Asymp. Sig. (2-tailed)		.762
a. Test distribution is Normal.		



Berasal yang akan terjadi uji output (K-S) Z pada tabel 4.8 bisa diketahui bahwa (K-S) Z  $0.669 > 0,5$  serta nilai sig lebih besar berasal  $0.05$  yang berarti  $0.05 < 0.669$ , jadi terbukti bahwa layanan go-food dan peningkatan penjualan data residual berdistribusi normal.

#### **b. Uji Multikolinearitas**

Pada bagian ini, uji multikolinearitas dipergunakan buat mengetahui ada tidaknya variabel independen yang mempunyai kemiripan antar variabel independen pada suatu model. Contoh tadi bisa dikatakan baik bila nilai VIF  $< 10$  dan nilai tolerance  $> 0,10$ . Menurut Ghozali (2016) terdapat beberapa cara pada menemukan hubungan antar variabel, antara lain:

- 1) Bila mempunyai hubungan antar variabel bebas yang tepat ( $>0,9$ ), maka ada unsur multikolinearitas.
- 2) Jika memiliki nilai VIF  $>10$  dan nilai tolerance  $< 0,10$ , maka ada unsur multikolinearitas.

Berikut hasil dari hasil SPSS asal uji multikolinearitas adalah menjadi berikut:

Tabel 4.9

Hasil Uji Multikolinearitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	6.517	1.132		5.757	.000		
Pelayanan GF	.694	.050	.816	13.970	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan

Berdasarkan tabel 4.9 uji multikolinearitas pada atas bisa diketahui bahwa antar variabel bebas tidak terjadi multikolinearitas, sebab hasil perhitungan nilai *tolerance* berasal setiap variabel independen tidak ada yang memberikan yang akan terjadi kurang dari 0,10 dan yang akan terjadi perhitungan nilai *variance inflation factor* (VIF) pula membagikan yang akan terjadi setiap variabel independen tidak ada yang lebih dari 10, bisa disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas pada antar variabel independen dalam contoh regresi ini.

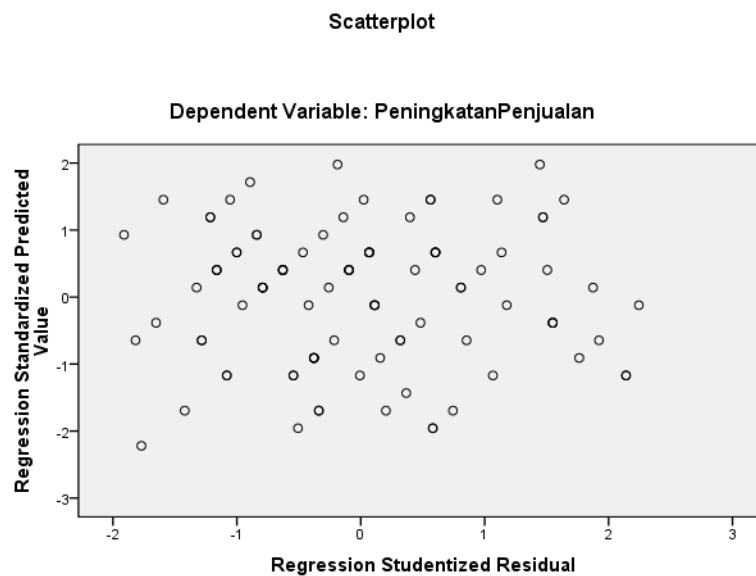
### c. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan Sujarweni (2014:186) pengujian heteroskedastisitas bertujuan mencari tahu apakah model regresi mengalami ketidaksamaan varian dari residual antar pengamatan yang satu ke pengamatan lainnya (Ghozali, 2016). Apabila varian dari antara pengamatan yang satu ke pengamatan lainnya tetap, maka bisa dikatakan homoskedastisitas. Apabila varian dari residual pengamatan yang satu ke pengamatan bisa

dikatakan terjadi heteroskedastisitas. Berikut hasil dari hasil SPSS dari uji heteroskedastisitas ialah menjadi berikut:

**Tabel 4.10**

**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Berdasarkan gambar 4.10 yang akan terjadi uji heteroskedastisitas pada atas memberikan bahwa model regresi tak mengandung adanya tanda-tanda-tanda gejala heteroskedastisitas. Dapat dilihat berasal titik-titik yang menyebar secara acak di atas serta di bawah nomor 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk pola eksklusif, sebagai akibatnya bisa disimpulkan bahwa model regresi ini tidak terdapat heteroskedastisitas.

#### 4. Analisis Linear berganda

Pada penelitian ini, uji hipotesis dilakukan dengan analisis regresi linear sederhana dan analisis regresi linear berganda. Analisis regresi linear sederhana dipergunakan buat menguji *impact* satu variabel bebas terhadap variabel terikat. Analisis regresi linear berganda digunakan di penelitian ini dengan tujuan buat mengetahui ada tidaknya imbas variabel independen terhadap variabel dependen. akibat pengolahan data menggunakan menggunakan program SPSS tersebut artinya sebagai berikut:

**Tabel 4.11**  
**Hasil Analisis Linear Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.517	1.132	5.757	.000
	Pelayanan	.694	.050	.816	.000
	GF				

a. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan

Dari hasil tersebut apabila ditulis dalam bentuk *standardized* dari persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = 6.517 + 0.694X_1 + 1.132$$

Keterangan:

Y: Peningkatan Penjualan

X<sub>1</sub>: Pelayanan Go Food

Ada beberapa hal yang dapat dijelaskan untuk persamaan regresi di atas yaitu:

Nilai konstanta variabel peningkatan penjualan sebesar 6.517 mempunyai arti bahwa variabel layanan go-food mengalami perubahan atau sama menggunakan 0 (nol), maka kepatuhan wajib pajak akan bernilai 6.517 satuan skor. Koefisien regresi variabel layanan go-food dengan nilai 0.694 maka dapat diartikan bahwa Bila variabel layanan go-food semakin tinggi satu satuan peningkatan penjualan pajak meningkat sebesar 0.694

#### 5. Uji Keberartian Model (Uji F)

Hasil perhitungan parameter model regresi secara bersama-sama diperoleh pada Tabel 4.15 berikut ini

**Tabel 4.12**

**Hasil Uji F**

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	693.532	1	693.532	195.160	.000 <sup>a</sup>
	Residual	348.258	98	3.554		
	Total	1041.790	99			

a. Predictors: (Constant), Pelayanan GF

b. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan

Uji F dipergunakan buat menguji ada tidaknya imbas variabel-variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan (bersama-sama). Pengujian imbas variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya dilakukan menggunakan menggunakan uji F. hasil perhitungan statistic menunjukkan nilai F hitung = 195.160 serta dengan signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hal ini berarti bahwa secara bersama-sama layanan go food mempunyai pengaruh yang secara simultan terhadap peningkatan penjualan.

6. Uji Signifikansi Koefisien (Uji t)

Uji t yang dilakukan bermaksud untuk mengetahui besar kecilnya pengaruh layanan go-food secara individual dalam menerangkan variabel peningkatan penjualan. Kriteria dalam penolakan atau penerimaan hipotesis berikut:

- a. Apabila signifikansi bernilai  $< 0,05$ ; maka bisa dinyatakan jika hipotesis diterima(koefisien regresi signifikan). Variabel independen secara parsial berdampak signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Apabila signifikansi bernilai  $> 0,05$ ; bisa dikatakan jika hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen secara signifikan.

Berdasarkan hasil output pada SPSS maka hasil uji t pada penelitian ini dapat adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.13**

**Hasil Uji T**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	6.517	1.132		5.757	.000
	Pelayanan					
	GF	.694	.050	.816	13.970	.000

a. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan

Hasil pengujian mendapatkan hasil berikut: variabel layanan go-food mendapatkan t hitung = 13.970 dan signifikansinya 0,000. Batas signifikansi yang digunakan adalah 0,05; nilai signifikansi tersebut menunjukkan jika lebih kecil dibandingkan 5%. Hasil ini menunjukkan jika layanan go-food berpengaruh secara simultan terhadap peningkatan penjualan.

#### 7. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Pada pengujian determinasi ini, pengujian dipergunakan buat mengetahui seberapa akbar persentase imbas variabel independen terhadap variabel dependen. Hal tersebut terlihat bila semakin mungil nilai koefisien determinasi maka imbas variabel independen terhadap variabel dependen semakin lemah serta semakin akbar nilai koefisien determinasi maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin bertenaga. sesuai akibat output pada SPSS. Maka akibat uji determinasi di penelitian ini bisa merupakan sebagai berikut:



**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Determinasi ( $R^2$ )**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.816 <sup>a</sup>	.666	.662	1.88511

a. Predictors: (Constant), Pelayanan GF

Koefisien determinasi yang memiliki fungsi untuk menjelaskan sejauh mana kemampuan variabel independen (layanan go-food) terhadap variabel dependen (peningkatan penjualan) dapat dilihat pada tabel 4.17. tabel 4.17 menunjukkan jika adjusted  $R^2$  adalah 0.816, atau sebanyak 81,6% variasi dari peningkatan penjualan bisa diterangkan variasi dari variabel layanan go-food dan sisanya 18,4% ( $100\% - 81,6\% = 18,4\%$ ) dijelaskan oleh variabel lainnya di luar model. Hasil pengujian koefisien determinasi menunjukkan jika masih ada variabel independen lain yang berpengaruh terhadap peningkatan penjualan, untuk itu perlu adanya pengembangan penelitian lanjutan.

## **D. Pembahasan**

### **1. Pengaruh Layanan Go-food Terhadap Peningkatan Penjualan**

Hasil pengujian mendapatkan hasil berikut: variabel layanan go-food mendapatkan  $t$  hitung = 13.970 dan signifikansinya 0,000. Batas signifikansi yang digunakan adalah 0,05; nilai signifikansi tersebut menunjukkan jika lebih kecil dibandingkan 5%. Hasil ini menunjukkan jika layanan go-food berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan penjualan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Prasetianto, et al (2021), Cahya, et al (2021) dan Fajri, et al (2021) yang menghasilkan penelitian bahwa layanan go-food mempunyai pengaruh yang secara signifikan terhadap peningkatan penjualan.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa dampak positif layanan go-food terhadap omzet bisnis kuliner yang terdaftar di GO-JEK/Go-Food Yogyakarta menunjukkan bahwa bermitra dengan Go-Food akan berdampak pada Peningkatan Penjualan, sebab promosi produk pada software menyebabkan pangsa pasar semakin luas.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah Hasil pengujian mendapatkan hasil berikut: variabel layanan go-food mendapatkan  $t$  hitung = 13.970 dan signifikansinya 0,000. Batas signifikansi yang digunakan adalah 0,05; nilai signifikansi tersebut menunjukkan jika lebih kecil dibandingkan 5%. Hasil ini menunjukkan jika layanan go-food berpengaruh secara simultan terhadap peningkatan penjualan.

#### B. Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut di atas maka saran yang diberikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Diketahui bahwa adjusted adalah 0.816, hal ini berarti 0,816 atau 81,6% variasi dari peningkatan penjualan dapat dijelaskan oleh variasi dari variabel independen yaitu layanan go-food sedangkan sisanya 18,4% ( $100\% - 81,6\% = 18,4\%$ ) dijelaskan oleh sebab-sebab lain di luar model. Maka untuk peneliti yang akan datang diharapkan menambahkan variabel independen lain yang memengaruhi peningkatan penjualan untuk itu perlu pengembangan penelitian lebih lanjut.

2. Pemerintah diharapkan bisa membantu serta menyampaikan dukungan penuh terhadap perkembangan teknologi dan isu di masa kini supaya bisa dimanfaatkan semaksimal mungkin oleh warga khususnya para pelaku perjuangan mikro dan menengah agar bisa digunakan menjadi keliru satu indera untuk mempertinggi produktivitas dan bermanfaat bagi kesejahteraan rakyat banyak.



## DAFTAR PUSTAKA

- Christopher Lovelock, J. W. 2012. *Services Marketing: People, Technology,* London: Strategy -7/E. Pearson.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- <http://travel.kompas.com/read/2013/05/01/09141484/Asita.Yogyakarta.Bidik.Wisatawan.ASEAN>,
- Indraswari, A., & Kusuma, H. 2018. Analisis Pemanfaatan Aplikasi Go-Food Bagi Pendapatan Pemilik Usaha Rumah Makan di Kelurahan Sawojajar Kota Malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi JIE*, 2(1), 63–73
- Kriyantono, Rachmat. 2016. *Teknik Praktis Riset Komunikasi.* Jakarta : Prenadamedia Group.
- M. Amdan Saputra, 2020. Pengaruh Penjualan Online Melalui Merchant Go-food Partner Terhadap Peningkatan Omzet Pada Usaha Kuliner Di Jalan Garuda Sakti Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru [Skripsi, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU]. <http://repository.uin-suska.ac.id/28256/>
- Nurul Almariah, E., Pangiuk, A., & Baining, M. E. 2019. Pengaruh Layanan Go-Food, Harga Dan Jumlah Order Terhadap Omzet Bisnis Kuliner Di Kota Jambi [Skripsi, UIN Sulthan Thaha Saifuddin]. <http://repository.uinjambi.ac.id/1348/>
- Pendapatan Usaha Kuliner Di Jogja. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*, 8(1), 80–95. <https://doi.org/10.32477/jrm.v8i1.249>

- Priyatno, Duwi. 2016. SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Prasetianto., Martha., Mahdanito., 2021. Analisis Layanan Go-Food Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Kuliner di Yogyakarta. Jurnal Manajemen- pISSN: 0285-6911-eISSN: 2528-1518. Vol 13 No. 2
- Rakhmawati, A. 2019. Analisis Pengaruh Penggunaan Aplikasi Go-Food Terhadap Pendapatan Rumah Makan. Universitas Islam Indonesia
- Santoso, Singgih. 2016. Panduan Lengkap SPSS Versi 20. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Syarif Hidayatullah, dkk, 2018. Eksistensi Transportasi Online (Go-Food) Terhadap Omzet Bisnis Kuliner di Kota Malang”, Seminar Nasional Sistem Informasi Universitas Merdeka Malang
- Sugiyono, 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Bandung: ALFABETA
- Widyayanti, E. R., & Insiatiningsih, I. 2021. Pengaruh Strategi Pemasaran Online Dengan Aplikasi Go-Food Terhadap Peningkatan. Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen, 8(1), 80-95. <https://doi.org/10.32477/jrm.v8i1.249>

LAMPIRAN



## Lampiran I. Output spss

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.820	6

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pelayanan GF1	18.5700	11.642	.467	.814
Pelayanan GF2	18.7500	10.533	.544	.800
Pelayanan GF3	18.7300	9.896	.775	.752



Pelayanan GF4	18.7400	10.174	.428	.841
Pelayanan GF5	18.7300	9.896	.775	.752
Pelayanan GF6	18.7800	10.598	.630	.783



### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.897	6

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Peningkatan Penjualan 1	17.5400	14.291	.778	.873
Peningkatan Penjualan 2	17.4000	14.606	.829	.861
Peningkatan Penjualan 3	17.5300	14.696	.812	.865

Peningkatan Penjualan 4	16.9600	17.756	.618	.894
Peningkatan Penjualan 5	17.0100	17.505	.672	.888
Peningkatan Penjualan 6	17.0100	17.505	.672	.888



### Variables Entered/Removed<sup>b</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Pelayanan GF <sup>a</sup>		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.816 <sup>a</sup>	.666	.662	1.88511

a. Predictors: (Constant), Pelayanan GF

### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	693.532	1	693.532	195.160	.000 <sup>a</sup>
	Residual	348.258	98	3.554		
	Total	1041.790	99			

a. Predictors: (Constant), Pelayanan GF

b. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.517	1.132		5.757	.000
	Pelayanan GF	.694	.050	.816	13.970	.000

a. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan

**Residuals Statistics<sup>a</sup>**

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	16.2365	27.3448	22.1100	2.64677	100
Std. Predicted Value	-2.219	1.978	.000	1.000	100
Standard Error of Predicted Value	.190	.461	.258	.068	100
Adjusted Predicted Value	16.4421	27.3627	22.1106	2.64252	100
Residual	-3.56771	4.20936	.00000	1.87557	100
Std. Residual	-1.893	2.233	.000	.995	100
Stud. Residual	-1.911	2.244	.000	1.005	100
Deleted Residual	-3.63573	4.25251	-.00064	1.91454	100
Stud. Deleted Residual	-1.937	2.293	.002	1.013	100
Mahal. Distance	.015	4.925	.990	1.124	100
Cook's Distance	.000	.100	.010	.016	100

Centered Leverage Value	.000	.050	.010	.011	100
-------------------------	------	------	------	------	-----

a. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan



### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Studentized Deleted Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0015170
	Std. Deviation	1.01250569
Most Extreme Differences	Absolute	.067
	Positive	.067
	Negative	-.064
Kolmogorov-Smirnov Z		.669
Asymp. Sig. (2-tailed)		.762
a. Test distribution is Normal.		

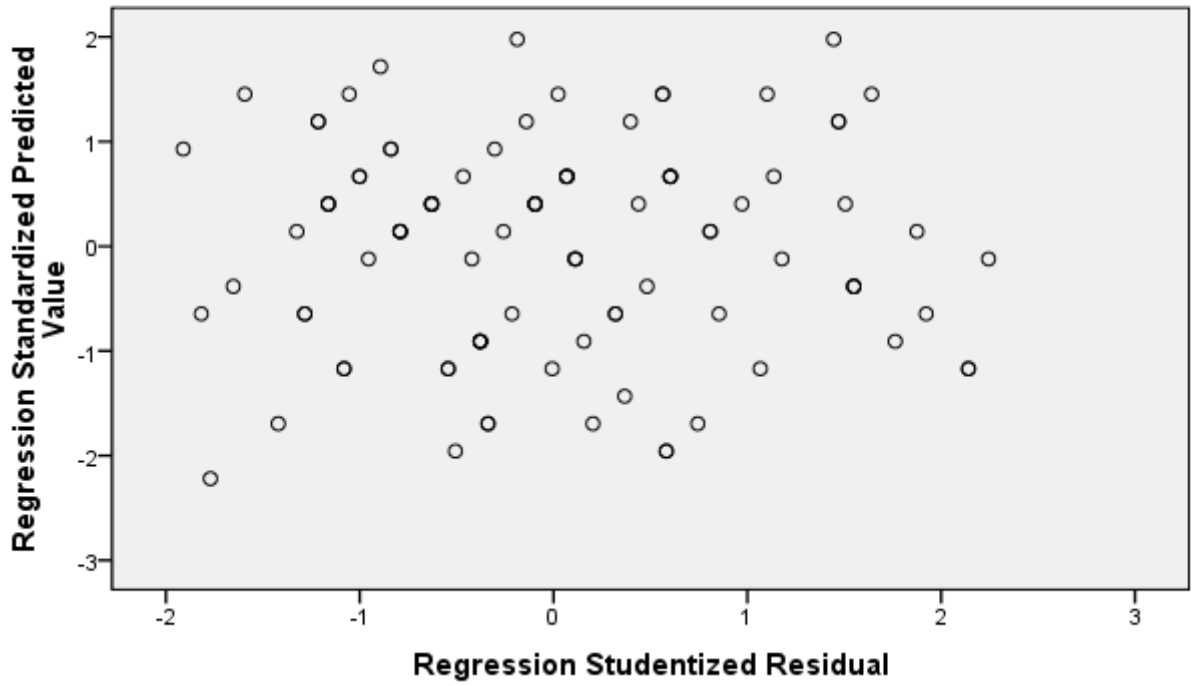
### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity
		B	Std. Error	Beta			Tolerance
1	(Constant)	6.517	1.132		5.757	.000	
	Pelayanan GF	.694	.050	.816	13.970	.000	1.000

a. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan

### Scatterplot

Dependent Variable: PeningkatanPenjualan





## Lampiran 2. Kuesioner

### LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN

#### **PENGARUH PELAYANAN APLIKASI GO-FOOD TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PADA UMKM KULINER DI YOGYAKARTA**

Bersama ini, saya meminta kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisi daftar kuesioner yang diberikan. Informasi yang Bapak/Ibu/Saudara berikan merupakan bantuan yang sangat berarti bagi saya dalam menyelesaikan penelitian ini. Atas bantuan dan perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

#### **IDENTITAS KONSUMEN**

Jenis kelamin

- a. Laki-laki
- b. Perempuan

Lama Usaha

- a. <1 tahun
- b. 1-5 tahun
- c. 6-10 tahun
- d. >10 tahun

Pendapatan dalam setahun

- a. < 500 juta
- b. 500 juta – 4,8 Miliar
- c. 4,8 Miliar

## BAGIAN II

Berikut ini terdapat 12 pertanyaan untuk mengetahui pendapat Bapak/ibu/saudara dan mohon berikan tanda (✓) pada jawaban yang dipilih.

Keterangan:

STS =Sangat Tidak Setuju

TS =Tidak Setuju

N =Netral

S =Setuju

SS = Sangat Setuju

Pelayanan Aplikasi Go-food Delivery

	INDIKATOR	STS	TS	N	S	SS
1	Warung dapat dikenal luas di masyarakat pada aplikasi Go-Food					
2	Semenjak bergabung dengan aplikasi Go-Food pangsa pasar semakin luas					
3	Semenjak bergabung dengan aplikasi Go-Food memiliki kemudahan dalam mempromosikan produk tanpa mengeluarkan biaya lainnya					

4	Bermitra dengan aplikasi Go-Food memiliki keuntungan dalam layanan delivery order					
5	Layanan delivery dari aplikasi Go-Food sangat membantu dalam usaha warung					
6	Aplikasi Go-Food membantu mengurangi biaya penjualan dan distribusi karena tidak memerlukan karyawan untuk mengantarkan makanan					

#### Peningkatan Penjualan

NO	INDIKATOR	STS	TS	N	S	SS
1	Warung menghasilkan pendapatan lebih setelah bergabung dengan Go-food					
2	Omzet yang dihasilkan tidak hanya di hasilkan dari Warung sjaa melainkan dari aplikasi Go-Food					
3	Penghasilan cenderung stabil bahkan meningkat karena jangkau lebih luas dengan menggunakan aplikasi Go-Food					
4	Penjualan baik di warung maupun aplikasi Go-Food jauh lebih stabil bahkan meningkat					
5	Jumlah produk pemesanan meningkat dengan					

	menggunakan aplikasi Go-Food					
6	Modal usaha bertambah karena produk yang terjual semakin bertambah					



**Lampiran 3. Tabulasi**

No.	PelayananGo-food						Total
	1	2	3	4	5	6	
1	4	4	4	4	4	4	24
2	4	4	3	5	3	4	23
3	3	4	4	4	4	4	23
4	4	5	4	4	4	4	25
5	4	4	4	5	4	4	25
6	5	3	4	5	4	4	25
7	4	3	3	5	3	2	20
8	4	2	5	5	5	4	25
9	5	5	5	5	5	5	30
10	4	5	4	5	4	4	26
11	4	3	2	5	2	4	20
12	4	5	4	4	4	4	25
13	4	4	5	4	5	5	27
14	4	4	4	4	4	4	24
15	5	5	5	5	5	5	30
16	3	3	2	4	2	3	17
17	4	4	4	4	4	4	24
18	4	3	4	4	4	4	23
19	3	4	4	4	4	4	23
20	4	4	4	4	4	4	24
21	3	2	3	4	3	3	18
22	5	3	5	5	5	4	27
23	4	5	5	4	5	5	28
24	4	4	4	4	4	3	23
25	4	3	3	5	3	4	22

26	5	5	5	5	5	3	<b>28</b>
27	2	2	3	5	3	3	<b>18</b>
28	4	4	4	5	4	4	<b>25</b>
29	4	4	4	5	4	3	<b>24</b>
30	4	4	5	5	5	4	<b>27</b>
31	4	4	4	5	4	4	<b>25</b>
32	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
33	2	2	3	5	3	4	<b>19</b>
34	5	4	4	5	4	4	<b>26</b>
35	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
36	4	4	3	3	3	5	<b>22</b>
37	4	4	3	4	3	3	<b>21</b>
38	4	4	4	5	4	4	<b>25</b>
39	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
40	3	2	4	4	4	3	<b>20</b>
41	4	4	5	4	5	5	<b>27</b>
42	4	3	3	4	3	3	<b>20</b>
43	4	3	3	3	3	4	<b>20</b>
44	4	4	3	3	3	4	<b>21</b>
45	3	4	4	4	4	4	<b>23</b>
46	4	5	5	4	5	5	<b>28</b>
47	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
48	3	2	3	4	3	3	<b>18</b>
49	4	5	5	4	5	5	<b>28</b>
50	5	5	4	4	4	4	<b>26</b>
51	4	5	5	4	5	5	<b>28</b>
52	5	5	4	5	4	5	<b>28</b>
53	3	3	3	1	3	3	<b>16</b>
54	5	4	5	4	5	4	<b>27</b>
55	5	5	4	3	4	4	<b>25</b>

56	4	4	4	2	4	2	<b>20</b>
57	4	4	4	2	4	4	<b>22</b>
58	4	4	2	4	2	3	<b>19</b>
59	1	3	3	4	3	4	<b>18</b>
60	2	4	4	2	4	4	<b>20</b>
61	4	4	4	2	4	4	<b>22</b>
62	4	3	3	2	3	4	<b>19</b>
63	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
64	4	4	4	3	4	3	<b>22</b>
65	4	4	4	2	4	4	<b>22</b>
66	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
67	4	4	4	5	4	3	<b>24</b>
68	5	3	4	4	4	4	<b>24</b>
69	4	4	5	4	5	4	<b>26</b>
70	3	4	2	2	2	3	<b>16</b>
71	4	3	3	3	3	2	<b>18</b>
72	4	5	5	5	5	4	<b>28</b>
73	4	4	3	2	3	3	<b>19</b>
74	3	3	3	2	3	2	<b>16</b>
75	4	3	2	2	2	2	<b>15</b>
76	3	3	4	2	4	3	<b>19</b>
77	4	4	3	2	3	3	<b>19</b>
78	5	4	4	4	4	4	<b>25</b>
79	2	2	3	2	3	3	<b>15</b>
80	3	3	3	2	3	2	<b>16</b>
81	3	2	3	2	3	2	<b>15</b>
82	4	2	2	2	2	2	<b>14</b>
83	5	3	3	2	3	2	<b>18</b>
84	3	4	3	2	3	3	<b>18</b>
85	4	4	3	2	3	3	<b>19</b>

86	4	3	3	2	3	3	<b>18</b>
87	3	2	3	2	3	3	<b>16</b>
88	4	1	4	4	4	4	<b>21</b>
89	4	5	4	4	4	4	<b>25</b>
90	4	4	3	2	3	4	<b>20</b>
91	4	4	4	5	4	4	<b>25</b>
92	4	3	4	3	4	4	<b>22</b>
93	4	4	4	3	4	4	<b>23</b>
94	4	4	2	5	2	4	<b>21</b>
95	4	4	4	5	4	2	<b>23</b>
96	4	4	4	3	4	4	<b>23</b>
97	5	5	4	5	4	4	<b>27</b>
98	4	3	4	5	4	4	<b>24</b>
99	4	3	3	4	3	4	<b>21</b>
100	5	5	5	4	5	5	<b>29</b>

UNIVERSITY OF  
 MALAYSIA  
 THE FACULTY OF  
 ISLAMIC STUDIES  
 KUALA LUMPUR



No.	Peningkatan Penjualan						Total
	1	2	3	4	5	6	
1	2	2	2	4	4	4	<b>18</b>
2	2	3	3	3	4	4	<b>19</b>
3	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
4	3	4	4	4	4	4	<b>23</b>
5	2	2	2	4	4	4	<b>18</b>
6	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
7	2	2	2	3	2	2	<b>13</b>
8	5	5	4	5	4	4	<b>27</b>
9	4	4	4	5	5	5	<b>27</b>
10	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
11	4	4	3	2	4	4	<b>21</b>
12	4	4	5	4	4	4	<b>25</b>
13	5	4	5	5	5	5	<b>29</b>
14	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
15	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>
16	2	2	2	2	3	3	<b>14</b>
17	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
18	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
19	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
20	3	3	3	4	4	4	<b>21</b>
21	2	3	2	3	3	3	<b>16</b>
22	3	3	3	5	4	4	<b>22</b>
23	4	4	4	5	5	5	<b>27</b>
24	3	3	3	4	3	3	<b>19</b>
25	2	2	2	3	4	4	<b>17</b>

26	5	5	5	5	3	3	<b>26</b>
27	2	2	2	3	3	3	<b>15</b>
28	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
29	4	4	4	4	3	3	<b>22</b>
30	4	4	4	5	4	4	<b>25</b>
31	2	2	1	4	4	4	<b>17</b>
32	5	5	5	4	4	4	<b>27</b>
33	2	2	2	3	4	4	<b>17</b>
34	4	4	3	4	4	4	<b>23</b>
35	2	2	3	4	4	4	<b>19</b>
36	2	3	3	3	5	5	<b>21</b>
37	2	2	2	3	3	3	<b>15</b>
38	3	4	4	4	4	4	<b>23</b>
39	4	4	3	4	4	4	<b>23</b>
40	2	2	2	4	3	3	<b>16</b>
41	4	4	5	5	5	5	<b>28</b>
42	4	4	3	3	3	3	<b>20</b>
43	3	3	3	3	4	4	<b>20</b>
44	3	3	3	3	4	4	<b>20</b>
45	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
46	3	4	4	5	5	5	<b>26</b>
47	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
48	4	4	4	3	3	3	<b>21</b>
49	4	4	4	5	5	5	<b>27</b>
50	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
51	4	4	4	5	5	5	<b>27</b>
52	4	5	5	4	5	5	<b>28</b>
53	1	1	2	3	3	3	<b>13</b>
54	4	4	4	5	4	4	<b>25</b>
55	2	3	4	4	4	4	<b>21</b>

56	2	2	2	4	2	2	<b>14</b>
57	2	2	2	4	4	4	<b>18</b>
58	4	4	4	2	3	3	<b>20</b>
59	4	4	4	3	4	4	<b>23</b>
60	2	2	2	4	4	4	<b>18</b>
61	2	2	2	4	4	4	<b>18</b>
62	2	2	2	3	4	4	<b>17</b>
63	4	4	3	4	4	4	<b>23</b>
64	3	3	2	4	3	3	<b>18</b>
65	2	2	2	4	4	4	<b>18</b>
66	2	4	2	4	4	4	<b>20</b>
67	5	5	5	4	3	3	<b>25</b>
68	5	4	3	4	4	4	<b>24</b>
69	4	4	3	5	4	4	<b>24</b>
70	1	2	3	2	3	3	<b>14</b>
71	2	3	3	3	2	2	<b>15</b>
72	5	5	4	5	4	4	<b>27</b>
73	2	2	2	3	3	3	<b>15</b>
74	2	2	2	3	2	2	<b>13</b>
75	2	2	2	2	2	2	<b>12</b>
76	2	2	2	4	3	3	<b>16</b>
77	2	2	3	3	3	3	<b>16</b>
78	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
79	2	2	2	3	3	3	<b>15</b>
80	2	2	2	3	2	2	<b>13</b>
81	2	2	2	3	2	2	<b>13</b>
82	2	2	1	2	2	2	<b>11</b>
83	2	2	2	3	2	2	<b>13</b>
84	2	2	2	3	3	3	<b>15</b>
85	2	2	2	3	3	3	<b>15</b>

86	2	2	2	3	3	3	<b>15</b>
87	2	2	1	3	3	3	<b>14</b>
88	3	4	4	4	4	4	<b>23</b>
89	5	4	4	4	4	4	<b>25</b>
90	1	2	2	3	4	4	<b>16</b>
91	5	5	4	4	4	4	<b>26</b>
92	4	3	3	4	4	4	<b>22</b>
93	2	3	2	4	4	4	<b>19</b>
94	5	5	4	2	4	4	<b>24</b>
95	5	5	4	4	2	2	<b>22</b>
96	2	3	2	4	4	4	<b>19</b>
97	5	5	5	4	4	4	<b>27</b>
98	4	5	5	4	4	4	<b>26</b>
99	2	4	4	3	4	4	<b>21</b>
100	5	4	4	5	5	5	<b>28</b>

UNIVERSITY OF ISLAM MALAYSIA  
 الجامعة الإسلامية الماليزية