

NO. DAFTAR FPIPS: 1713/UN40.A2.8/PP/2020

**PENGARUH LAYANAN GOFOOD TERHADAP PENINGKATAN  
PENJUALAN DARI USAHA MIKRO MAKANAN LOKAL  
MITRA GOFOOD DI KOTA BANDUNG**

**Skripsi**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana  
Pariwisata



oleh

**SALMAN HAFIDZ**

1605424

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN INDUSTRI KATERING  
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL**

**UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

**BANDUNG**

**2020**

Salman Hafidz, 2020

*PENGARUH LAYANAN GOFOOD TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN DARI USAHA MIKRO  
MAKANAN LOKAL MITRA GOFOOD DI KOTA BANDUNG*


Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](https://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](https://perpustakaan.upi.edu)

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH LAYANAN GOFOOD TERHADAP PENINGKATAN  
PENJUALAN DARI USAHA MIKRO MAKANAN LOKAL  
MITRA GO FOOD DI KOTA BANDUNG**

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing 1



**Caria Ningsih, M.Si., Ph.D**  
**NIP.19800131.200812.1.002**

Pembimbing 2



**Ilham Fajri, MM.Par**  
**NIP.2018104388053**

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Manajemen Industri Katering



**Dr. Dewi Turgarini, S.S., MM.Par**  
**NIP. 19700320.200812.2.001**

Salman Hafidz, 2020

**PENGARUH LAYANAN GOFOOD TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN DARI USAHA MIKRO  
MAKANAN LOKAL MITRA GOFOOD DI KOTA BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

## **LEMBAR PERNYATAAN**

Saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Gofood Di Kota Bandung** ini sepenuhnya karya saya sendiri. Tidak ada bagian di dalamnya yang merupakan plagiat dari karya orang lain dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pun pengutipan dengan cara yang tidak sesuai etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/ sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Juli 2020  
Pembuat Pernyataan

**Salman Hafidz**  
**1605424**

Salman Hafidz, 2020

*PENGARUH LAYANAN GOFOOD TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN DARI USAHA MIKRO MAKANAN LOKAL MITRA GOFOOD DI KOTA BANDUNG*

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](https://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](https://perpustakaan.upi.edu)

**LEMBAR HAK CIPTA**  
**PENGARUH LAYANAN GOFOOD TERHADAP PENINGKATAN**  
**PENJUALAN DARI USAHA MIKRO MAKANAN LOKAL**  
**MITRA GOFOOD DI KOTA BANDUNG**

Oleh  
Salman Hafidz  
1605424

Skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar  
Sarjana Pariwisata pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Salman Hafidz  
Universitas Pendidikan Indonesia  
Juli 2020

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian dengan  
dicetak ulang, difotokopi atau cara lainnya tanpa izin penulis

Salman Hafidz, 2020

***PENGARUH LAYANAN GOFOOD TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN DARI USAHA MIKRO  
MAKANAN LOKAL MITRA GOFOOD DI KOTA BANDUNG***

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](https://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](https://perpustakaan.upi.edu)

**PENGARUH LAYANAN GOFOOD TERHADAP PENINGKATAN  
PENJUALAN DARI USAHA MIKRO MAKANAN LOKAL  
MITRA GO-FOOD DI KOTA BANDUNG**

SALMAN HAFIDZ  
1605424

**Abstrak**

Pada saat ini dunia digital sudah memasuki semua sektor kehidupan, sektor pariwisata misalnya dengan aplikasi *google maps* untuk menunjukkan lokasi wisata, aplikasi pemesanan hotel, dan aplikasi transportasi online dan layanan pesan antar makanan. Gofood salah satu layanan pesan antar makanan yang terdapat pada aplikasi Gojek. Dengan adanya Gofood wisatawan yang berada di destinasi wisata atau penginapan khususnya di Kota Bandung dapat dengan mudah memesan makanan khas lokal atau kuliner yang populer di Kota Bandung. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh layanan Gofood terhadap peningkatan penjualan dari usaha mikro makanan lokal mitra Gofood di Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan metode analisis regresi linier sederhana, Uji F dan Uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel layanan Gofood positif dan signifikan serta berpengaruh sebesar 42,4% terhadap penjualan usaha mikro makanan lokal mitra Gofood di Kota Bandung, sisanya 57,6% merupakan pengaruh variabel yang tidak diteliti seperti kualitas produk, harga, manajemen marketing, bauran pemasaran, dll. Kondisi permodalan mitra gofood relatif meningkat secara akumulasi tetapi untuk modal harian khususnya akhir pekan (jumat, sabtu, minggu, dan libur nasional) terkendala karena pencairan penjualan pada hari tersebut baru di salurkan kepada mitra pada hari senin dan di atas jam 12 siang, sebaiknya di percepat pencairannya karena berpengaruh terhadap perputaran modal harian.

Kata kunci: Gofood, penjualan, usaha mikro, makanan lokal

## ***Abstract***

*At this time the digital world has entered all sectors of life, the tourism sector for example with the google maps application to show tourist locations, hotel booking applications, and online transportation applications and food delivery services. Gofood is one of the food delivery services found on the Gojek application. With the presence of Gofood tourists who are in tourist destinations or lodging, especially in the city of Bandung can easily order local specialties or popular culinary in the city of Bandung. The purpose of this study was to determine the effect of Gofood services on increasing sales from local Gofood partner micro food businesses in the city of Bandung. This study uses quantitative methods using simple linear regression analysis, F-test and t-test. The results showed that the Gofood service variable was positive and significant and had an effect of 42.4% on the sales of Gofood partner local micro food businesses in the city of Bandung, the remaining 57.6% was the influence of variables not examined such as product quality, price, marketing management, mix marketing, etc. Gofood partner capital conditions are relatively increased by accumulation, but for daily capital, especially weekends (Friday, Saturday, Sunday, and national holidays) constrained because the disbursement of sales on that day only distributed to partners on Monday and above 12 noon, preferably in accelerate the disbursement because it affects the daily capital turnover.*

*Keywords: Gofood, sales, microbusiness, local food*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya peneliti telah diberikan kesehatan dan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini. Pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih atas bantuan dan dorongan kepada semua pihak yang telah memberi dukungan, bantuan, bimbingan, dorongan dan semangat sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih peneliti sampaikan dengan tulus dengan segala kerendahan hati, peneliti secara khusus menyampaikan penghargaan dengan rasa terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang selalu memberikan kesehatan dan melimpahkan kasih sayang-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini.
2. Prof. Dr. H. M. Solehudin, M.Pd., M.A., selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
3. Dr. Agus Mulyana, M.Hum. selaku Dekan Fakultas Pendidikan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial.
4. Dr. Dewi Turgarini, S.S., MM.Par. selaku Ketua Prodi Manajemen Industri Katering
5. Caria Ningsih, M.Si., Ph.D selaku dosen Pembimbing I yang telah memberikan masukan, pengarahan dan membimbing penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
6. Ilham Fajri, MM.Par. selaku dosen Pembimbing II yang memberikan bimbingan dan saran yang berharga bagi penulis.

Ucapan terimakasih ini juga penulis sampaikan kepada

1. Orangtua dan adik, Bapak Riza Risaman, Ibu Tjoetjoe, dan Muhammad Wafi Karami yang selalu mendukung keberlangsungan pendidikan sarjana, memberikan do'a dan kasih sayang serta dukungan baik materi maupun non-materi.
2. Keluarga besar khususnya bapak Dadan dan Ibu Winny Windiasari serta saudara Davin Rizqin, yang telah meminjamkan kendaraan untuk mempermudah pencarian responden.
3. Orang terdekat peneliti Osy Dwi Munggari yang telah memberikan dukungan, do'a serta motivasi.
4. Teman-teman MIK 2016 khususnya Hajiman selaku ketua angkatan dan telah membantu peneliti dalam memberikan masukan pada skripsi ini.
5. Komunitas Partner Gofood Bandung, yang telah membantu dalam keterbukaan data dan membantu untuk menyebarkan kuesioner kepada anggota.
6. Semua saudara dan teman yang tidak dapat di sebutkan satu persatu.

Akhir kata peneliti berharap skripsi ini dapat memberi manfaat bagi peneliti khususnya, dan bagi pembaca umumnya.

Bandung, Juli 2020

Salman Hafidz



## DAFTAR ISI

<b>Abstrak</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	viii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	6
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	6
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	6
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	7
<b>2.1 Landasan Teori</b> .....	7
<b>2.1.1 Definisi Pariwisata</b> .....	7
<b>2.1.2 Industri Kuliner</b> .....	7
<b>2.1.3 Gojek</b> .....	8
<b>2.1.4 Usaha kecil, mikro, menengah</b> .....	9
<b>2.1.5 Digitalisasi</b> .....	11
<b>2.1.6 Pelayanan</b> .....	12
<b>2.1.7 Penjualan</b> .....	14
<b>2.2 Penelitian Terdahulu</b> .....	16
<b>2.3 Kerangka Pemikiran</b> .....	19
<b>2.4 Hipotesis</b> .....	20
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN</b> .....	21
<b>3.1 Objek dan Subjek Penelitian</b> .....	21
<b>3.2 Metode Penelitian</b> .....	21
<b>3.3 Populasi dan Sampel</b> .....	21
<b>3.3.1 Populasi</b> .....	21
<b>3.3.2 Sampel</b> .....	22
<b>3.4 Operasional Variabel</b> .....	23
<b>3.5 Sumber Data</b> .....	25
<b>3.6 Teknik Pengumpulan Data</b> .....	25
<b>3.7 Instrumen Penelitian</b> .....	26
<b>3.8 Metode Analisis Data</b> .....	26
<b>3.8.1 Uji Validitas</b> .....	26

3.8.2	Uji Reabilitas .....	28
3.9	Teknik Analisis Data .....	29
3.9.1	Regresi Sederhana.....	29
3.9.2	Korelasi .....	30
3.9.3	Pengujian Hipotesis Partial (Uji t).....	32
3.9.4	Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F).....	32
<b>BAB 4</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>33</b>
4.1	Profil Gojek.....	33
4.1.1	Sejarah Gojek .....	33
4.1.2	Logo Gojek.....	34
4.1.3	Visi dan Misi Gojek.....	34
4.1.4	Struktur Organisasi Gojek.....	35
4.1.5	Layanan Gofood .....	36
4.2	Karakteristik Responden .....	37
4.2.1	Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	38
4.2.2	Karakteristik Responden Menurut Usia.....	39
4.2.3	Karakteristik Responden Menurut Lama Usaha .....	40
4.2.4	Karakteristik Responden Menurut Pemasaran Selain di Gofood	
4.3	Statistik Deskriptif .....	46
4.3.1	Layanan Gofood .....	46
4.3.2	Penjualan .....	50
4.4	Hasil Uji Regresi Sederhana.....	53
4.6	Hasil Uji Hipotesis .....	55
4.6.1	Hasil Uji Partial (uji t) .....	55
4.6.2	Hasil Uji Simultan (uji F) .....	56
4.7	Pembahasan Hasil Penelitian .....	57
<b>BAB 5</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>60</b>
5.1	Simpulan.....	60
5.2	Saran.....	61
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>.....</b>	<b>63</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.0 Jumlah Usaha Makanan dan Minuman Kota Bandung.....</b>	<b>2</b>
<b>Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>17</b>
<b>Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran.....</b>	<b>19</b>
<b>Tabel 3.1 Operasional Variabel .....</b>	<b>23</b>
<b>Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas .....</b>	<b>28</b>
<b>Tabel 3.3 Koefisien Korelasi.....</b>	<b>31</b>
<b>Tabel 4.1 Usaha Makanan Lokal Mitra Gofood .....</b>	<b>46</b>
<b>Tabel 4.2 Layanan Gofood (X).....</b>	<b>46</b>
<b>Tabel 4.3 Rekapitulasi Tanggapan Responden Layanan Gofood .....</b>	<b>50</b>
<b>Tabel 4.4 Penjualan (Y) .....</b>	<b>51</b>
<b>Tabel 4.5 Rekapitulasi Tanggapan Responden Penjualan.....</b>	<b>53</b>
<b>Tabel 4.6 Hasil Uji Regresi Sederhana.....</b>	<b>54</b>
<b>Tabel 4.7 Hasil Uji Regresi Sederhana.....</b>	<b>55</b>
<b>Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Sederhana.....</b>	<b>55</b>
<b>Tabel 4.9 Hasil Uji Korelasi .....</b>	<b>56</b>
<b>Tabel 4.10 Hasil Uji Partial (uji t) .....</b>	<b>56</b>
<b>Tabel 4.11 Hasil Uji Simultan (uji F) .....</b>	<b>57</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b>	<b>Bukti Masalah</b> .....	3
<b>Gambar 4.1</b>	<b>Logo Gojek</b> .....	34
<b>Gambar 4.2</b>	<b>Struktur Organisasi PT. Aplikasi Karya Anak Bangsa</b> .....	35
<b>Gambar 4.3</b>	<b>Struktur Regional PT. Aplikasi Karya Anak Bangsa</b> .....	36
<b>Gambar 4.4</b>	<b>Jenis Kelamin Responden</b> .....	38
<b>Gambar 4.5</b>	<b>Usia Responden</b> .....	39
<b>Gambar 4.6</b>	<b>Lama Usaha</b> .....	40
<b>Gambar 4.7</b>	<b>Pemasaran Selain Di Gofood</b> .....	43
<b>Gambar 4.8</b>	<b>Jenis – Jenis Makanan Lokal Partner Gofood Kota Bandung</b> .	48
<b>Gambar 4.9</b>	<b>Pemetaan Usaha Responden Makanan Lokal Mitra Gofood</b> ...	48
<b>Gambar 4.10</b>	<b>Grafik responden Layanan Gofood (X)</b> .....	48
<b>Gambar 4.11</b>	<b>Garis Kontinum Variabel Layanan Gofood (X)</b> .....	50
<b>Gambar 4.12</b>	<b>Grafik Responden Penjual (Y)</b> .....	52
<b>Gambar 4.13</b>	<b>Garis Kontinum Variabel Penjualan (Y)</b> .....	53