

Nomor Skripsi : 3483/UN40.F2.10/PT/2022

**ANALISIS KEPUASAN MITRA MIKRO KULINER PENGGUNA
LAYANAN SHOPEEFOOD DI KOTA BANDUNG**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat kelulusan dan untuk mendapatkan
Gelar Sarjana Pariwisata



Oleh

TINA HAFIDAH

NIM 1805900

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

2022

LEMBAR PENGESAHAN
TINA HAFIDAH
ANALISIS KEPUASAN MITRA MIKRO KULINER PENGGUNA
LAYANAN SHOPEEFOOD DI KOTA BANDUNG

Disetujui dan disahkan oleh

Pembimbing I



Caria Ningsih, M.Si., P.hD
NIP 19820508.200812.1.002

Pembimbing II



Armandha Redo Pratama, S.Pd., M.Sc
NIP 92020041993031801

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen Industri Katering
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Universitas Pendidikan Indonesia



Dr. Dewi Turgarini, SS., MM.Par
NIP. 19700320.200812.2.001

LEMBAR HAK CIPTA

**ANALISIS KEPUASAN MITRA MIKRO KULINER PENGGUNA
LAYANAN SHOPEEFOOD DI KOTA BANDUNG**

Oleh

Tina Hafidah

1805900

Sebuah Skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pariwisata pada Program Studi Manajemen Industri Katering Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© **Tina Hafidah**

Universitas Pendidikan Indonesia

Juli 2022

Hak cipta dilindungi Undang-Undang.

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

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “ANALISIS KEPUASAN MITRA MIKRO KULINER PENGGUNA LAYANAN SHOPEEFOOD DI KOTA BANDUNG” ini beserta seluruh isinya merupakan karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan kaidah, etika, dan ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko atau sanksi apabila di kemudian hari terdapat pelanggaran etika keilmuan atau klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, 2022

Pembuat Pernyataan,

Tina Hafidah

NIM 1805900

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur ke hadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya lah, peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ANALISIS KEPUASAN MITRA MIKRO KULINER PENGGUNA LAYANAN SHOPEEFOOD DI KOTA BANDUNG Skripsi ini dibuat peneliti untuk memenuhi persyaratan kelulusan dan mendapat gelar Sarjana Pariwisata dari Program Studi Manajemen Industri Katering Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia.

Shalawat serta salam tak lupa peneliti curah dan limpahkan rasul junjungan alam Nabi Muhammad SAW. Penulis mengucapkan terima kasih segala pihak yang telah membantu penulis dalam melaksanakan proses penulisan skripsi ini. Namun, sebagai mana buatan manusia, penulis menyadari masih banyak sekali kesalahan serta kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik serta saran dari segala pihak yang dapat membangun semangat penulis agar dapat memperbaiki kesalahan dan mengatasi kekurangan penulis, sehingga penulis dapat lebih baik lagi di masa yang akan datang.

Bandung, Juli 2022

Tina Hafidah
NIM 1805900

UCAPAN TERIMA KASIH

Rampungnya penulisan skripsi ini tentunya tidak hanya tercapai oleh usaha peneliti sendiri. Maka, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya terhadap semua pihak yang membantu dalam proses penelitian. Peneliti banyak menerima bimbingan, petunjuk dan bantuan serta dorongan dari berbagai pihak baik yang bersifat moral maupun material. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan kemudahan dan kelancaran serta menguatkan langkah peneliti demi menyelesaikan studinya sejak pertama.
2. Prof. Dr. M. Solehuddin, M.Pd., M.A selaku rektor Universitas Pendidikan Indonesia serta segenap jajarannya
3. Dr. Agus Mulyana M.Hum selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial serta seluruh *staff* FPIPS
4. Dr. Dewi Turgarini, SS., MM.Par selaku Ketua Program Studi Manajemen Industri Katering beserta segenap *staff* program studi
5. Caria Ningsih, M.Si., P.hD dan Armandha Redo Pratama, S.Pd., M.Sc selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu memberikan masukan beserta arahan sejak pertama kali peneliti melakukan penulisan skripsi hingga skripsi ini dapat selesai.
6. Djoko Purnomo dan Sri Purwanti yaitu papa dan mama selaku orang tua peneliti yang senantiasa memberikan dukungan serta doa yang tak pernah putus sejak awal peneliti melanjutkan studi hingga akhir, sehingga peneliti mampu terus melanjutkan setiap proses penulisan skripsi ini.
7. Kakak peneliti yang juga selalu memberikan doa, semangat serta dukungan yang peneliti butuhkan dalam proses studi hingga penulisan skripsi.
8. Dewi Sri Ramadhani yang selalu mendukung dan menemani peneliti dalam berbagai kesulitan proses penulisan skripsi ini
9. Amalia Galuh P. yang selalu siap menjadi tempat berkeluh kesah, selalu mendukung dan mengingatkan peneliti agar tak lupa beristirahat dan juga berdoa.

10. Rina Sanira R. dan Afifah A. Rose yang sudah menemani peneliti sejak pertama kali menginjakkan kaki di Universitas Pendidikan Indonesia.
11. Nur Anisah, Tifany, Maurin yang selalu menemani peneliti sejak awal berkuliah di jurusan Manajemen Industri Katering.
12. Nadia dan Dian yang menjadi teman berkeluh kesah sejak proses pembuatan skripsi ini.
13. Naifa, Nadira, Rizka, dan Alfasany yang selalu siap mendoakan peneliti ketika peneliti berprogress.
14. Kean, Sean, dan Shanin yang selalu membantu, mendukung serta membimbing peneliti yang masih sangat awam dalam penulisan skripsi.
15. Yasa dan Asa yang selalu siap dijadikan berkeluh kesah dan bercerita.
16. Meulueya yang selalu membantu peneliti setiap kali mengalami kesulitan dalam segala proses studi peneliti.
17. Seluruh teman-teman kuliah di jurusan yang selalu menemani sejak awal hingga sekarang sedang berjuang bersama untuk lulus.
18. Seluruh pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang pernah membantu dan mendukung peneliti selama masa studi maupun masa penulisan skripsi ini

Bandung, Juli 2022

Tina Hafidah
NIM 1805900

ABSTRAK

Shopee merupakan *e-commerce* dengan pengguna terbanyak di Asia Tenggara pada tahun 2020. Pada 2021, Shopee Indonesia melakukan peluncuran fitur terbarunya yaitu ShopeeFood. Keberadaan ShopeeFood disambut baik oleh para usaha kuliner. Para usaha mikro kuliner pun mulai bergabung menjadi mitra *merchant* ShopeeFood untuk meningkatkan volume penjualannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur kepuasan usaha mikro *merchant* ShopeeFood terhadap layanan ShopeeFood. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pengambilan data primer dilakukan dengan menyebarkan angket kuisioner. Setelah mendapatkan data, digunakan *Customer Satisfaction Index (CSI)*, dan *Importance Performance Analysis (IPA)* sebagai alat analisis untuk dapat mengukur tingkat kepuasan usaha mikro kuliner selaku pengguna ShopeeFood terhadap layanan ShopeeFood dan juga reduksi data untuk meringkas hasil analisis. 59% usaha mikro mengalami peningkatan penjualan dengan kategori tinggi, 38% mengalami peningkatan volume penjualan berkategori sedang, dan 3% mengalami peningkatan volume penjualan yang rendah. Berdasarkan total 21 indikator layanan ShopeeFood, 14 mendapat nilai sangat baik, 6 baik dan 1 cukup baik. ShopeeFood mendapat nilai kepuasan sebesar 84.87% yang berarti usaha mikro kuliner sangat puas terhadap kinerja ShopeeFood dalam meningkatkan penjualan. Dari total 21 indikator layanan *online food delivery service*, 3 indikator termasuk ke dalam kuadran I, 8 indikator termasuk ke dalam kuadran II, 5 indikator termasuk ke dalam kuadran III, dan 5 indikator termasuk ke dalam kuadran IV.

Kata kunci : layanan pesan antar makanan, kepuasan, kinerja, harapan, penjualan

ABSTRACT

Shopee is the e-commerce platform with the most users in Southeast Asia in 2020. In 2021, Shopee Indonesia launched its newest feature, an online food delivery service called Shopeefood. The existence of Shopeefood is welcomed by culinary businesses. Micro-culinary businesses have also started to join Shopeefood as merchant partners to increase their sales volume. This study aims to measure the satisfaction of micro-businesses Shopeefood merchants with Shopeefood services in increasing sales volume. This study uses a descriptive qualitative approach. Primary data collection is done by distributing questionnaires. After getting the data, the Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA) are used as analytical tools to measure the level of satisfaction of micro-culinary businesses as Shopeefood users towards Shopeefood services. 59% of micro-businesses experienced an increase in sales in the high category, 38% experienced an increase in sales volume in the medium category, and 3% experienced an increase in sales volume in the low category. Based on a total of 21 Shopeefood service indicators, 14 got very good scores, 6 were good and 1 was quite good. Shopeefood got a satisfaction score of 84.87%, which means that micro culinary businesses are very satisfied with Shopeefood's performance in increasing sales. Of the total 21 indicators for online food delivery service and an increase in sales volume, 3 indicators are included in quadrant I, 8 indicators are included in quadrant II, 5 indicators are included in quadrant III, and 5 are included in quadrant IV.

Keywords: food delivery service, satisfaction, sales, Shopeefood, performance

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR HAK CIPTA	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Kajian Teori.....	11
2.1.1 Pariwisata	11
2.1.2 Wisata Kuliner	13
2.1.3 Usaha Mikro, Kecil, Menengah	14
2.1.4 Pelayanan	16
2.1.5 Era Digital	17
2.1.5.1 <i>E-commerce</i>	18
2.1.5.2 <i>Online Food Delivery</i> (Shopeefood)	18
2.1.6 Penjualan	20
2.1.7 Kepuasan Pengguna.....	22
2.2 Penelitian Terdahulu.....	25
2.3 Kerangka Pemikiran	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Objek dan Subjek Penelitian	29
3.2 Metode Penelitian.....	29
3.3 Populasi dan Sampel	29

3.4 Operasional Variabel	31
3.5 Teknik Pengumpulan Data	33
3.6 Instrumen Penelitian	34
3.7 Metode Pengujian Instrumen.....	35
3.7.1 Uji Validitas	35
3.7.2 Uji Reliabilitas	38
3.8 Teknik Analisis Data	39
3.8.1 Teknik Reduksi Data.....	39
3.8.2 Customer Satisfaction Index (CSI)	40
3.8.3 Importance Performance Analysis (IPA)	42
3.9 Diagram Alir Penelitian.....	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Profil Perusahaan.....	46
4.1.1 Profil Shopee	46
4.1.2 Sejarah Shopee	46
4.1.3 Shopeefood.....	47
4.1.3.1 Tampilan Shopeefood dari aplikasi Shopee	48
4.1.3.2 Tampilan aplikasi Shopee Partner	48
4.1.3.3 Langkah Pendaftaran Shopeefood <i>Merchant</i>	49
4.1.3.4 Fitur dan Keuntungan Bagi Mitra Shopeefood.....	50
4.2 Responden Penelitian	51
4.2.1 Lama Berdirinya Usaha Responden.....	54
4.2.2 Rata-rata Omzet Bulanan Responden	55
4.2.3 Media Pemasaran Responden (Selain Shopeefood).....	56
4.3 <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	57
4.4 <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	58
4.4.1 Tingkat Kesesuaian Antara Kinerja dan Kepentingan	58
4.4.2 Analisis Kuadran Importance Performance Analysis	60
4.5 Pembahasan	64
4.5.1 Kinerja Volume Penjualan Usaha Mikro Pada Shopeefood	64
4.5.2 Kinerja Layanan Online Food Delivery Service Shopeefood.....	69
4.5.3 Persepsi Kepuasan Usaha Mikro Terhadap Layanan Shopeefood... 84	
4.5.3.1 <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	84
4.5.3.2 <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	90

5.1 Kesimpulan.....	90
5.2 Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN.....	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia.....	1
Gambar 1. 2 Jumlah Kunjungan e-commerce di Asia Tenggara	4
Gambar 1. 3 Pelaku Usaha Sektor Ekonomi Kreatif Kota Bandung	5
Gambar 1. 4 Rata-Rata Pesanan Dari Shopeefood Dalam Sehari.....	7
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	28
Gambar 3. 1 Diagram Alir Penelitian	45
Gambar 4. 1 Logo Shopee.....	46
Gambar 4. 2 Tampilan Aplikasi Shopeefood.....	48
Gambar 4. 3 Tampilan Aplikasi Shopee Partner.....	49
Gambar 4. 4 Diagram Lama Berdirinya Usaha Responden.....	54
Gambar 4. 5 Rata-rata Omzet Responden.....	55
Gambar 4. 6 Media Promosi Lain Yang Digunakan Responden.....	56
Gambar 4. 7 Diagram Kartesius IPA Layanan Shopeefood	60
Gambar 4. 8 Peningkatan Volume Penjualan Usaha Mikro	66
Gambar 4. 9 Persentase Peningkatan Omzet Penjualan.....	66
Gambar 4. 10 Diagram Kinerja Online Food Delivery Service Shopeefood.....	73
Gambar 4. 11 Jumlah Unduhan Aplikasi Shopee di Google Playstore.....	74
Gambar 4. 12 Menu Atur Promo Pada Aplikasi Shopee Partner.....	76
Gambar 4. 13 Menu Pesanan Pada Aplikasi Shopee Partner.....	78
Gambar 4. 14 Tampilan Fitur Shopeefood.....	80
Gambar 4. 15 Promosi Pada Aplikasi Shopeefood	82

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar Marketplace di Indonesia.....	2
Tabel 1. 2 Daftar Responden Pra- Survey.....	6
Tabel 1. 3 Hasil Survei Pra-Penelitian terhadap Merchant Shopeefood.....	8
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	31
Tabel 3. 2 Nilai Bobot Instrumen.....	35
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Atribut Kinerja	36
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Atribut Kepentingan.....	37
Tabel 3. 5 Kategori Nilai Alpha Cronbach	39
Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas	39
Tabel 3. 7 Ilustrasi Perhitungan CSI	41
Tabel 3. 8 Kriteria Tingkat Kepuasan	41
Tabel 4. 1 Daftar Responden Penelitian.....	51
Tabel 4. 2 Analisis Indeks Kepuasan Pengguna Layanan Shopeefood	57
Tabel 4. 3 Tingkat Kesesuaian Kinerja dan Kepentingan Layanan Shopeefood..	59
Tabel 4. 4 Pemetaan Kuadran I, II, III, dan IV Layanan Shopeefood	61
Tabel 4. 5 Rekapitulasi Penilaian Peningkatan Volume Penjualan	64
Tabel 4. 6 Estimasi Nilai Peningkatan Volume Penjualan	65
Tabel 4. 7 Distribusi Peningkatan Volume Penjualan	65
Tabel 4. 8 Skema Biaya Campaign Promosi Shopeefood.....	67
Tabel 4. 9 Rekapitulasi Penilaian Kinerja Online Food Delivery Service.....	70
Tabel 4. 10 Kategorisasi Kinerja Layanan Shopeefood.....	71
Tabel 4. 11 Persepsi Responden Terhadap Kinerja Layanan Shopeefood.....	71
Tabel 4. 12 Pemetaan Kuadran IPA Layanan Shopeefood	86

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Bimbingan	101
Lampiran 2 Instrumen Penelitian	103
Lampiran 3 Jawaban Responden untuk Pra Survei.....	110
Lampiran 4 Data Responden	111
Lampiran 5 Tanggapan Responden Terkait Kinerja Layanan Shopeefood	116
Lampiran 6 Tanggapan Responden Terkait Kepentingan Layanan Shopeefood	120
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas Atribut Kinerja.....	124
Lampiran 8 Hasil Uji Validitas Atribut Kepentingan	131
Lampiran 9 Hasil Uji Reliabilitas Atribut Kinerja.....	138
Lampiran 10 Hasil Uji Reliabilitas Atribut Kepentingan	138
Lampiran 11 Identitas Penulis.....	139

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2012). *Manajemen pemasaran*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Adriansyah, D., & Saputri, M. E. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Go-Food Di Kota Bandung. *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry*, 3(3), 123–128. <https://doi.org/10.36782/jemi.v3i3.2109>
- Agustriyani, A., Sosianika, A., & Hardiyanto, N. (2021). Faktor yang Mempengaruhi Minat Pembelian Konsumen pada Aplikasi Food Delivery selama Pandemi COVID-19. *Prosiding The 12th Industrial Research Workshop and National Seminar*, 4–5.
- Ajie, Y., Sari, O. M., Ridwan, M., Arief, M., & Jaelani, E. (2022). Pengoptimalan Media Food Delivery Service Dalam Memasarkan Produk Umkm Cibodas Jasa Kota Tangerang. *Jurnal Padma*, 2(2), 144–147.
- Anajhon. (2017). *Panduan Metodologi Penelitian Psikologi*.
- Ariwardhani, C., Rochim, A. F., & Windasari, I. P. (2014). Sistem Informasi Wisata Kuliner di Kota Semarang Berbasis Web. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Komputer*, 2(1), 11–15. <https://doi.org/10.14710/jtsiskom.2.1.2014.11-15>
- Astuti, H. J. (2015). Analisis Kepuasan Konsumen (Servqual Model dan Important Performance Analysis Model). *Syria Studies*, 7(1), 37–72.
- Au, N., & Law, R. (2002). Categorical classification of tourism dining. *Annals of Tourism Research*, 29(3), 819–833. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00078-0](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00078-0)
- Bandung Miliki 300 Ribu UMKM - Website Resmi Pemerintah Daerah Provinsi Jawa Barat. (2017, April 8). <https://jabarprov.go.id/index.php/news/-22387/2017/04/08/Bandung-Miliki-300-Ribu-UMKM>
- BEKRAF. (2018). *Profil Kota Bandung - Penilaian Mandiri Kota/Kabupaten Kreatif Indonesia (PMK3I) Deputi Infrastruktur Badan Ekonomi Kreatif Indonesia*. 1.
- Bhote, K. R. (1996). *Beyond Customer Satisfaction to Customer Loyalty: The Key*

- to Great Profitability*. New York: AMA Membership Publications Division, American Management Association.
- Caroline, E. (2019). *Metode Kuantitatif*. Media Sahabat Cendekia.
- Chandra, G., & Tjiptono, F. (2005). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Chen, M., Hu, M., & Wang, J. (2022). Food Delivery Service and Restaurant: Friend or Foe? *Management Science*. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2021.4245>
- Damanik, J., & Weber, H. F. (2006). *Perencanaan Ekowisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Damayanti, L. S. (2019). Peranan Keterampilan Berbahasa Inggris Dalam Industri Pariwisata. *Journey : Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention and Event Management*, 2(1), 71–82. <https://doi.org/10.46837/-journey.v2i1.42>
- Deng, Z., Lu, Y., Wei, K. K., & Zhang, J. (2010). Understanding customer satisfaction and loyalty: An empirical study of mobile instant messages in China. *International Journal of Information Management*, 30(4), 289–300. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2009.10.001>
- Dinitzen, H. B., & Bohlbro, D. (2012). *Value-added logistics in supply chain management*. Academica.
- Fajri, L., Sugiarto, S., & Anggraini, R. (2019). Penerapan Metode Ipa (Importance Performance Analysis) Untuk Menganalisis Kepentingan Dan Kepuasan Penumpang Terhadap Kualitas Pelayanan Bus Trans Koetaradja (Studi Kasus : Koridor I Keudah – Darussalam). *Jurnal Arsip Rekayasa Sipil Dan Perencanaan* 2(2), 2(2), 164–173. <https://doi.org/10.24815/jarsp.v2i2.13453>
Jurnal
- Fatmala, W. S., & Rachmadi, A. (2018). Analisis Kualitas Layanan Website E-Commerce Berrybenka Terhadap Kepuasan Pengunjung Menggunakan Metode WebQual 4.0 dan Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 2(1), 175–183.
- Fitria, E. dianti B. (2018). Analisis Tingkat Kepuasan Pendaftar Terhadap Kualitas Pelayanan Petugas Pendaftaran Mahasiswa Baru Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index. *Prosiding SNATIF Ke-65Tahun 2018*, 495–500.

- Gao, F., & Su, X. (2016). Omnichannel Retail Operations with. *Management Science*, June, 0–15. <https://doi.org/http://doi.org/10.1287/mnsc.2016.2473>
Full
- Hafidz, S., Ningsih, C., & Fajri, I. (2021). Dampak Pelayanan Gofood Terhadap Penjualan Unit Usaha Mikro Makanan Lokal Mitra Gofood di Kota Bandung. *Tourism Scientific Journal*, 6(2), 251–262. <https://doi.org/10.32659/-tsj.v6i2.137>
- Han, W. P., Erviriani, E., Siregar, A. R. A., Ivone, I., & Lisa, L. (2019). Analisis Kepuasan Kerja dan Lingkungan Kerja Karyawan di Sekolah EN Mandarin – Medan. *Jurnal Ilmiah Maksitek*, 4(2).
- Hanif, M., Hafeez, S., & Riaz, A. (2010). Factors affecting customer satisfaction. *International Research Journal of Finance and Economics*, 60(60), 44–52.
- He, Z., Han, G., Cheng, T. C. E., Fan, B., & Dong, J. (2019). Evolutionary food quality and location strategies for restaurants in competitive online-to-offline food ordering and delivery markets: An agent-based approach. *International Journal of Production Economics*, 215, 61–72. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2018.05.008>
- Hidayatulloh, S., Waris, A., Permata, Y., Adrian, T., Sarwinda, N., Lestari, F., & Eka, A. (2018). Eksistensi Transportasi Online (Go Food) Terhadap Omzet Bisnis. *Seminar Nasional Sistem Informasi , Fakultas Teknologi Informati*, 2(1), 1423–1429.
- Hikmat, M. M. (2011). *Metode Penelitian: Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*. Graha Ilmu.
- Hikmawati, F. (2017). *Metodologi Penelitian*. Raja Grafindo Persada.
- Himawan, H., Saefullah, A., & Santoso, S. (2014). Analisa dan Perancangan Sistem Informasi Penjualan Online (E-Commerce) pada CV Selaras Batik Menggunakan Analisis Deskriptif. *Scientific Journal of Informatics*, 1(1), 24–32. <https://doi.org/10.1016/j.chemosphere.2017.04.013>
- Hospitality Technology. (2018). *70% of Consumers Prefer to Order Direct from Restaurants, Not Third-Party Services | Hospitality Technology*. <https://hospitalitytech.com/70-consumers-prefer-order-direct-restaurants-not-third-party-services>

- i Price. (2020). *Southeast Asia's Map of E-commerce Analysing the Region's E-Commerce Landscape & Its Biggest Players Amidst COVID-19 2020 Year-End Report*. 15.
- Ikram, M. M. (2021). Keputusan Penggunaan Layanan GoFood Selama Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(2), 71–80. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i2.467>
- Iqbal, M., & Kadir, A. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Merchant Go Food Festival Duta Mall Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 6(2), 227–237. <https://doi.org/10.35972/jieb.v6i2.350>
- Juniansyah, B. D., Susanto, E. R., & Wahyudi, A. D. (2020). Pembuatan E-Commerce Pemesanan Jasa Event Organizer Untuk Zero Seven Entertainment. *Jurnal Tekno Kompak*, 14(1), 41. <https://doi.org/10.33365/jtk.v14i1.499>
- Kasmir. (2017). *Customer services excellent : teori dan praktik*. Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada.
- Kemp, S. (2022). *Digital 2022 Indonesia* (pp. 24–84).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management Global Edition* (Vol. 15E). <https://doi.org/10.1080/08911760903022556>
- Lebas, M., & Euske, K. (2007). *A conceptual and operational delineation of performance. A. Neely (Ed.). Business Performance Measurement: Unifying Theory and Integrating Practice*. Cambridge University Press.
- Lee, S. W., Sung, H. J., & Jeon, H. M. (2019). Determinants of continuous intention on food delivery apps: Extending UTAUT2 with information quality. *Sustainability (Switzerland)*, 11(11). <https://doi.org/10.3390/su11113141>
- Lesmana, F., & Turgarini, D. (2021). Feasibility Study And Business Planning Of Rumahmakan.Online Digital Menu Whatsapp Ordering System. *The Journal Gastronomy Tourism*, 8(1), 21–31. <https://doi.org/10.17509/gastur.v8i1.35-847>
- Lestari, K. E., & Yudhanegara, M. R. (2015). *Penelitian pendidikan matematika* (2(3)). Bandung: PT Refika Aditama.
- Lexy, J., & Moleong. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.

- Machmud, R. (2018). Kepuasan Penggunaan Sistem Informasi (Studi Kasus pada T3-Online). In *Ideas Publishing*.
- Mithas, S., Krishnan, M. S., & Fornell, C. (2005). Why Do Customer Relationship Management Applications Affect Customer Satisfaction? *Journal of Marketing American Marketing Association*, 69, 201–209. <https://doi.org/10.1037/12949-047>
- Muljadi, A. J. (2012). Kepariwisata dan Perjalanan Jakarta. In *Raja Grafindo Persada*. Raja Grafindo Persada.
- Ningsih, C. (2014). Sinergitas Industri Kreatif Berbasis Pariwisata Dengan Strategi Pembangunan Industri Nasional Menuju Globalisasi. *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure*, 11(1), 59–64.
- Ningsih, C., & Choi, Y.-J. (2019). An Effect of Internet Penetration on Income Inequality in Southeast Asia Countries. *Information Society & Media*, 20(3), 121–138. <https://doi.org/10.52558/ism.2019.12.20.3.121>
- Nurchayati, T. (2017). *Pengaruh Struktur Modal, Likuiditas dan Investment Opportunity Set terhadap Profitabilitas (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2015)*. Universitas Telkom.
- Nuryanti. (2013). Peran E-commerce Untuk Meningkatkan Daya Saing UKM. *Manajemen FE Riau*, 21(4).
- Pemerintah Indonesia. (2021). *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 07 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. 086507, 1–121.
- Piddiani, J., Aprilia, I., & Karlina, L. (2022). Efektivitas Penggunaan Aplikasi Online Food Delivery Untuk Meningkatkan Penjualan. 2(4), 71–80.
- Pigatto, G., Machado, J. G. D. C. F., Negreti, A. D. S., & Machado, L. M. (2017). Have you chosen your request? Analysis of online food delivery companies in Brazil. *British Food Journal*, 6. <https://doi.org/10.1108/eb011695>
- Pratama, A. R., Hindayani, P., & Khosihan, A. (2021). From Fantasy to Reality: Attracting The Premium Tourists After COVID-19. *Promoting Creative Tourism: Current Issues in Tourism Research*, 598–603. <https://doi.org/10.1201/9781003095484>

- Pratama, A. R., Khosihan, A., & Hindayani, P. (2021). Potential of Domestic Tourist Loyalty in Indonesia: A Spatial Analysis. In *Promoting Creative Tourism: Current Issues in Tourism Research* (pp. 321–328). Routledge. <https://doi.org/10.1201/9781003095484>
- Ramadhan, G. (2021). An Analysis of Inglo Restaurant's Strategies in Retaining Consumers in the Covid-19 Pandemic Era. *The Journal Gastronomy Tourism*, 8(2), 65–71. <https://doi.org/10.17509/gastur.v8i2.41819>
- Rohimah, A. (2019). Era Digitalisasi Media Pemasaran Online dalam Gugurnya Pasar Ritel Konvensional. *KANAL: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 91. <https://doi.org/10.21070/kanal.v6i2.1931>
- Sa'adah, I., Mukson, M., & Ondho, Y. S. (2019). Pengukuran Tingkat Kepuasan Peternak dalam Pelayanan Inseminasi Buatan Menggunakan Analisis Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 3(3), 557–567. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2019.003.03.11>
- Sellappan, P., & Shanmugam, K. (2021). Catering To Caterers: Expectations and Satisfaction of Restaurant Partners From Food Online Order and Delivery (Food) Operator. *International Journal of Management*, 11(12), 2637–2659. <https://doi.org/10.34218/ijm.11.12.2020.248>
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Snyder, C. R. (2009). Psychological Inquiry : An International Journal for the Advancement of Psychological Theory TARGET ARTICLE : Hope Theory : Rainbows in the Mind Hope Theory : Rainbows in the Mind. *Psychological Inquiry*, February 2012, 37–41. <https://doi.org/10.1207/S15327965PLI1304>
- Stone, M. J., Migacz, S., & Wolf, E. (2019). Beyond the journey: the lasting impact of culinary tourism activities. *Current Issues in Tourism*, 22(2), 147–152. <https://doi.org/10.1080/13683500.2018.1427705>
- Sugiyanto, Putri R., A., & Kartolo, R. (2019). Potensi Kekayaan Intektual pada Pemberdayaan UMKM dan Koperasi Kota Tangerang Selatan. *Prosiding Seminar Nasional Humanis*, 502–520.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*.

- Sukmanasa, E., Novita, L., & Siti, F. (2017). Analisis Kepuasan Mahasiswa Terhadap Kinerja Dosen Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar Universitas Pakuan. *Pedagonal: Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 1(2), 91–99. <https://doi.org/10.33751/pedagog.v1i2.390>
- Suryadi, D. F., & Ilyas, M. I. F. (2018). Adopsi Online Food Delivery Service Bagi Wirausaha Pemula di Kota Makassar (Studi Kasus pada Bananas). *Prosiding Seminar Hasil Penelitian (SNP2M)*, 2018, 75–80.
- Swastha, B. (2010). *Manajemen Penjualan Edisi 3*. BPFE Yogyakarta. Yogyakarta.
- Tan, T., & Netessine, S. (2017). At Your Service on the Table: Impact of Tabletop Technology on Restaurant Performance. *Unpublished Dissertation, Cox Business School, Southern Methodist University, Dallas, Texas, U.S.A.* <https://doi.org/10.1287/mnsc.2019.3430>
- Taufik, Masjono, A., Kurniawan, I., & Karno. (2020). The Role of the Food Delivery Service Platform in Supporting the SME ' s Marketing Mix in the New Normal Period. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 22(02), 121–130. <https://doi.org/10.33370/jpw.v22i02.426>
- Tumpuan, A. (2020). Peranan Aplikasi Go Food Terhadap Perkembangan Bisnis Kuliner. *TOURISM: Jurnal Travel, Hospitality, Culture, Destination, and MICE*, 3(1), 26–30. <https://doi.org/doi.org/10.32511/tourism.v3i1.651>
- Umar, H. (2008). *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Vincentius, & Putranto, L. S. (2020). Analisis Pengaruh Layanan Pesan Makanan Online Terhadap Perjalanan Berbasis Rumah Dan Berbasis Tempat Aktivitas. *JMTS: Jurnal Mitra Teknik Sipil*, 3(4), 1003. <https://doi.org/10.24912/jmts.v3i4.8391>
- Wibawa, I. (2016). Era Digital (Pergeseran Paradigma Dari Hukum Modern Ke Post Modernisme). *Masalah-Masalah Hukum*, 45(4), 285. <https://doi.org/10.14710/mmh.45.4.2016.285-291>
- Wibowo, L. A. (2008). *Usaha Jasa Pariwisata*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Widodo, S. M., & Sutopo, J. (2018). Metode Customer Satisfaction Index (CSI) Untuk Mengetahui Pola Kepuasan Pelanggan Pada E-commerce Model

- Business to Customer. *Jurnal Informatika Upgris*, 4(1), 38–45.
- Winardi, J. (2011). *Motivation and motivating in management*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Wolf, E. (2014). *Have fork will travel: A practical handbook for food & drink tourism professionals*. Portland, OR: World Food Travel Association.
- Zahrulianingdyah, A. (2018). Kuliner Sebagai Pendukung Industri Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal. *Teknobuga*, 6(1), 1–9.
<https://doi.org/10.1529/jtbb.v6i1.16667>