

Volume 8 Nomor 3 Desember 2023

e-ISSN 2541-0938
p-ISSN 2657-1528

JURKAMI

Jurnal Pendidikan Ekonomi

JURKAMI

VOLUME
8

NOMOR
3

SINTANG
DESEMBER
2023

e-ISSN
2541-0938
p-ISSN
2657-1528



DEWAN REDAKSI

Munawar Thoharudin, STKIP Persada Khatulistiwa Sintang, Indonesia (Editor in Chief)
Aditya Halim Perdana Kusuma, Universitas Muslim Indonesia, Indonesia
Aniek Hindrayani, Universitas Sebelas Maret, Indonesia
Anna Marganingsih, STKIP Persada Khatulistiwa Sintang, Indonesia
Dessy Triana Relita, STKIP Persada Khatulistiwa Sintang, Indonesia
Diyah Santi Hariyani, Universitas PGRI Madiun, Indonesia
Emilia Dewiwati Pelipa, STKIP Persada Khatulistiwa Sintang, Indonesia
Fitria Fitria, Universitas Bina Insan Lubuklinggau, Indonesia
Husni Syahrudin, Universitas Tanjungpura Pontianak, Indonesia
Inda Fresti Puspitasari, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia
Maria Ulfah, Universitas Tanjungpura Pontianak, Indonesia
Nikmatul Masruroh, UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, Indonesia
Nuraini Asriati, Universitas Tanjungpura, Indonesia
Rio Nardo, Universitas Binawan, Indonesia
Suwinto Johan, President University, Indonesia
Yulia Suriyanti, STKIP Persada Khatulistiwa Sintang, Indonesia

TIM REVIEWER

Abdul Mujib, Institut Agama Islam Negeri Metro Lampung, Indonesia
Abdul Samad, Universitas Fajar, Indonesia
Abdul Wahab, Universitas Muslim Indonesia, Indonesia
Bambang Ismanto, Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga, Indonesia
Dadang Lesmana, Badan Riset dan Inovasi Daerah Kab. Kutai Timur, Indonesia
Dewi Kusuma Wardani, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia
Dicki Hartanto, UIN Sultan Syarif Kasim Riau, Indonesia
Dudung Ma'ruf Nuris, Universitas Negeri Malang, Indonesia
Eko Eddy Supriyanto, STKIP Nahdlatul Ulama Tegal, Indonesia
Febrianty Febrianty, Politeknik PalComTech, Indonesia
Muhammad Syaiful, Universitas Sembilanbelas November Kolaka, Indonesia
Mohammad Hamim Sultoni, Institut Agama Islam Negeri Madura, Indonesia
M Dana Prihadi, Poltekkes YBA Bandung, Indonesia
M. Rudi Irwansyah, Universitas Pendidikan Ganesha, Indonesia
Muh. Fahrurrozi, Universitas Hamzanwadi, Indonesia
Muhammad Hasan, Universitas Negeri Makassar, Indonesia
Muhammad Ihsan Said Ahmad, Universitas Negeri Makassar, Indonesia
Muhammad Rahmattullah, Universitas Lambung Mangkurat, Indonesia
Reni Yuliviona, Universitas Bung Hatta, Indonesia
Rhini Fatmasari, Universitas Terbuka, Indonesia
Sodik Dwi Purnomo, Universitas Wijaya kusuma Purwokerto, Indonesia
Sugiharsono, Universitas Negeri Yogyakarta, Indonesia
Suratno, Universitas Jambi, Indonesia
Tutut Suryaningsih, Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung, Indonesia
Umi Kalsum, Universitas Sriwijaya, Indonesia
Yapiter Marpi, Universitas Jakarta, Indonesia
Zulfia Hanum Alfi Syahr, Badan Riset dan Inovasi Nasional, Indonesia

Alamat Redaksi:

Jln. Pertamina Sengkuang Km.4, Kotak Pos 126, Kecamatan Sintang,
Kabupaten Sintang, Kalimantan Barat, Indonesia
Email: jurnaljurkami@gmail.com
Penerbit: LPPM STKIP Persada Khatulistiwa Sintang





**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN
PENGUNTA LAYANAN JASA ANTAR MAKANAN GO-FOOD
DI KOTA CIREBON**

Yopi Nisa Febianti[✉], Welly²

Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Swadaya Gunung Jati Cirebon, Indonesia¹²

[✉]Corresponding Author Email: taniabekker@yahoo.com

Author Email: sukmanabilawelly@gmail.com

Article History:

Received: October 2023

Revision: November 2023

Accepted: November 2023

Published: December 2023

Keywords:

Quality;

Service;

Satisfaction;

Consumer;

Service User

Abstract:

One of the businesses developed by Gojek is Go-food. Go-food is a service feature provided by Gojek which provides food delivery services. Go-food services provide convenience in terms of mobility and the food ordering process. Apart from that, the simple payment system also makes Go-food a favorite choice among the public. This research aims to determine the effect of service quality on the level of satisfaction of users of food delivery services (Go-Food) in Cirebon City. Quality in this context includes aspects such as delivery speed, order accuracy, food quality, and customer service availability. This research uses a survey method by distributing questionnaires to Go-Food users in Cirebon City. The population of this research is people in the Cirebon City area who have used Go-Food services) with an unknown population size. The sampling technique uses purposive sampling. Using questionnaire data collection techniques. Test analysis uses multiple linear regression tests. The results of the analysis show that service quality has a significant positive effect on the level of satisfaction of Go-Food service users in Cirebon City. This means that the higher the quality of service provided by the company, the higher the satisfaction that consumers will feel.

Sejarah Artikel

Diterima: Oktober 2023

Direvisi: November 2023

Disetujui: November 2023

Diterbitkan: Desember 2023

Kata kunci:

Kualitas;

Pelayanan;

Kepuasan;

Konsumen;

Pengguna Layanan Jasa

Abstrak:

Salah satu usaha yang dikembangkan oleh Gojek adalah *Go-food*. *Go-food* merupakan fitur layanan yang disediakan oleh Gojek yang melayani *food delivery service*. Layanan *Go-food* memberikan kemudahan dalam hal mobilitas dan proses pemesanan makanan. Selain itu, sistem pembayaran yang sederhana juga membuat *Go-food* menjadi pilihan favorit di kalangan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pengguna layanan pesan antar makanan (*Go-Food*) di Kota Cirebon. Kualitas pelayanan dalam konteks ini mencakup aspek-aspek seperti kecepatan pengiriman, keakuratan pesanan, keramahan pengemudi, kualitas makanan, dan ketersediaan layanan pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan menyebarkan kuesioner kepada pengguna *Go-Food* di Kota Cirebon. Populasi dari penelitian ini adalah masyarakat di wilayah Kota Cirebon yang sudah pernah menggunakan layanan *Go-Food*) dengan jumlah popuasi yang tidak diketahui. Teknik penentuan sampel menggunakan *purposive sampling*. Dengan teknik pengumpulan data angket. Analisis pengujian menggunakan uji regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap tingkat kepuasan pengguna layanan *Go-Food* di Kota Cirebon. Artinya semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan



perusahaan maka semakin tinggi pula kepuasan yang akan dirasakan konsumen.



How to Cite: Febianti, Y.N., Welly. 2023. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Layanan Jasa Antar Makanan Go-Food di Kota Cirebon*. Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI), 8 (3) DOI : 10.31932/jpe.v8i3.1963

PENDAHULUAN

Saat ini, perkembangan teknologi informasi berjalan dengan cepat, mempermudah berbagai aktivitas manusia dan memberikan akses mudah ke informasi yang dibutuhkan melalui teknologi (Rusni & Solihin, 2022). Perkembangan teknologi informasi ini ditandai oleh kemunculan internet dan beragam alat komunikasi, seperti *smartphone*. Internet kini dapat diakses dengan mudah oleh siapa saja untuk mencari informasi. Adanya kemajuan teknologi informasi menyebabkan banyak muncul industri kreatif dan inovatif yang berbasis teknologi informasi. Adanya penggunaan internet dan *smartphone*, semua aktivitas jual beli dapat dilakukan dengan mudah dan cepat (Suratni & Mayasari, 2021). Internet menyediakan sumber informasi digital yang dapat diakses oleh masyarakat, seperti sumber daya elektronik (*e-resources*) yang bersifat terbuka dan dapat diakses menggunakan komputer pribadi, mainframe, atau perangkat seluler dari jarak jauh (Herawan et al., 2023).

Salah satu industri kreatif yang memanfaatkan teknologi informasi dan internet adalah GOJEK. GOJEK adalah mitra bisnis online yang menawarkan layanan jasa transportasi untuk mengambil dan mengantar penumpang melalui layanan Go-ride. Go-ride adalah layanan jasa transportasi berupa ojek sepeda motor roda dua yang berbeda dari ojek pangkalan tradisional (Mukhsin, 2020). Untuk menggunakan GOJEK, orang harus mengunduh aplikasi khusus yang

disediakan. Aplikasi GOJEK juga menyediakan layanan transportasi lainnya, seperti Go-car, yang mengambil dan mengantar penumpang dengan mobil. Selain itu, GOJEK juga memiliki aplikasi food delivery yang menyediakan layanan jasa antar makanan yang dikenal dengan sebutan *Go-Food*. *Go-Food* berupa sebuah fitur layanan yang disediakan oleh GOJEK yang melayani *food delivery service*.

Layanan pengiriman makanan belakangan ini semakin diminati oleh masyarakat. GOJEK dalam mengembangkan layanan pengiriman makanan biasanya bermitra dengan restoran, warung makan, atau UMKM (Widianto, 2021). Tugas utama yang dilakukan oleh *Go-food* adalah menginformasikan kepada orang lain mengenai menu kuliner yang tersedia. Layanan *Go-food* memberikan kemudahan dalam hal mobilitas dan proses pemesanan makanan. Selain itu, sistem pembayaran yang sederhana juga membuat *Go-food* menjadi pilihan favorit di kalangan masyarakat.

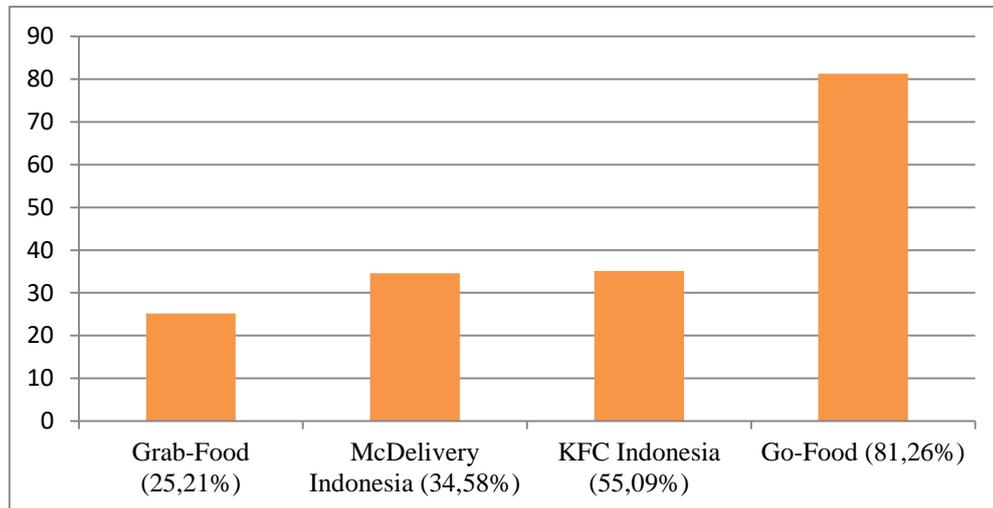
Khususnya dalam situasi pandemi, banyak orang memilih menggunakan *Go-FOOD* untuk memenuhi kebutuhan makanan mereka. Hal ini karena *Go-Food* memungkinkan mereka untuk memesan makanan tanpa harus keluar rumah, yang juga membantu dalam mengurangi risiko penyebaran Covid-19 (Hernando & Nugroho, 2022). Selain itu, faktor cuaca yang buruk, seperti hujan, membuat orang enggan untuk pergi langsung ke luar rumah untuk makan (Adriansyah & Saputri,



2020). Dalam kondisi seperti ini, *Go-Food* menjadi solusi yang praktis, menghilangkan kebutuhan untuk antri atau menunggu di luar.

Berdasarkan survei yang dilakukan *dailysocial.id* pada tahun 2017

(www.dailysocial.id), diketahui bahwa persentase masyarakat yang menggunakan layanan *food delivery* adalah sebagai berikut:



Gambar 1.

Daftar Pengguna Layanan *Food Delivery Service*

Sumber: www.dailysocial.id, 2017

Hasil survei tersebut menunjukkan bahwa, layanan *Go-Food* paling banyak diminati oleh masyarakat. Semakin banyak masyarakat yang menggunakan layanan *food delivery*, maka kualitas pelayanan menjadi sangat penting bagi perusahaan dalam memenangkan persaingan. Dari hasil survei tersebut dapat diketahui adanya persaingan yang ketat antara *food delivery service* yang ada di Indonesia. Oleh karena itu, perusahaan bisnis layanan *Go-Food* perlu memahami apa saja yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen dari kualitas pelayanan yang diberikan.

Menurut Zeithami dkk (Fida et al., 2020) faktor penting dalam memastikan kesuksesan jangka panjang perusahaan adalah mengutamakan kepuasan pelanggan. Artinya ketika kinerja atau pelayanan yang dihasilkan perusahaan melebihi harapan pelanggan ketika lebih

baik dari yang diharapkan kepuasan konsumen terpenuhi.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu indikator terpenting dalam menjaga kesehatan suatu perusahaan. Korelasi yang kuat antara kepuasan konsumen dan tingginya loyalitas pelanggan akan meningkatkan profitabilitas perusahaan (Adriansyah & Saputri, 2020).

Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam kemajuan perusahaan, karena semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, maka kepuasan yang dirasakan oleh konsumen akan semakin tinggi. Kualitas pelayanan sangat erat kaitannya dengan kepuasan konsumen, kualitas yang diberikan oleh suatu perusahaan menjadi sarana penunjang untuk mencapai kepuasan konsumen (Hernando & Nugroho, 2022). Menurut Hardiansyah (2018), suatu pelayanan belum dikatakan baik, apabila

tidak memenuhi indikator sebagai berikut: bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan sikap empati dalam melakukan pelayanan.

Kepuasan pelanggan merupakan aset berharga bagi perusahaan, sehingga perusahaan diharapkan memberikan pelayanan yang unggul kepada pelanggan. Fitzsimmons and Fitzsimmons (2001) seperti yang dikutip dalam Hardiyansyah (2018) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah pandangan pelanggan bahwa pemasok telah memenuhi atau bahkan melampaui harapan mereka. Ketika menilai tingkat kepuasan, pelanggan seringkali mempertimbangkan lebih dari satu aspek produk atau layanan. Menurut Monroe (Tjiptono, 2014), nilai pelanggan adalah hasil dari keseimbangan antara persepsi pelanggan terhadap kualitas atau manfaat produk dan pengorbanan yang mereka lakukan melalui harga yang dibayarkan.

Kepuasan pelanggan sering tercermin dalam tingkat loyalitas, di mana pelanggan akan terus menggunakan layanan *Go-Food* jika mereka merasa puas. Pemahaman ini sejalan dengan pendapat (Millah & Suryana, 2020) bahwa kepuasan pelanggan merupakan perbandingan apa yang diharapkan pelanggan dengan kenyataan yang diterimanya.

Namun, dalam layanan *Go-Food* terdapat beberapa masalah yang dapat memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, seperti fluktuasi harga yang dilakukan oleh restoran, ketidaksesuaian antara makanan yang diterima dengan gambar yang ditampilkan, dan ketidakpastian dalam waktu kedatangan pengemudi dengan alasan tertentu. Kehadiran permasalahan ini mendorong perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanannya guna memastikan bahwa pelanggan *Go-Food*

merasa puas. Oleh karena itu, pada penelitian ini, penulis akan membahas mengenai bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen pengguna layanan jasa antar makanan *Go-Food* (Indrawati et al., 2021). Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen pengguna layanan jasa antar makanan (*Go-Food*). Kualitas pelayanan sangat penting bagi perusahaan, sehingga perusahaan dituntut untuk memberikan pelayanan yang baik, agar konsumen merasa puas. Kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan, jika konsumen puas akan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, maka hal tersebut dapat menjadi *asset* yang sangat bernilai dan berharga bagi suatu perusahaan. Setiap perusahaan pasti menginginkan konsumen yang loyal, karena dengan loyalitas yang diberikan konsumen kepada perusahaan menandakan bahwa konsumen tersebut puas akan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

Penelitian sebelumnya menghasilkan hasil yang beragam diantaranya penelitian (Prillia & Fatihah, 2021) kualitas pelayanan pada gojek secara keseluruhan yaitu dimensi *tangible* (bukti fisik), *reliability* (reliabilitas), *assurance* (jaminan), *responsiveness* (dayatanggap), dan *emphaty* (empati) mempengaruhi kepuasan konsumen gojek. Dari hasil penelitian (Ismail & Yusuf, 2021) menunjukkan menunjukkan bahwa adanya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil berbeda ditemukan dalam penelitian (Mulyapradana et al., 2020) secara bersama-sama menunjukkan kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan



empati secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas guna mengetahui kualitas layanan *Go-Food* dalam memenuhi kepuasan konsumennya, maka penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen pengguna layanan jasa antar makanan *Go-Food* di kota Cirebon.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survei. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Adapun, populasi dari penelitian ini adalah masyarakat di wilayah Kota Cirebon, khususnya Kecamatan Harjamukti yang sudah pernah menggunakan layanan jasa antar makanan (*Go-Food*) dengan jumlah popuasi yang tidak diketahui. Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini ialah *purposive sampling* (Sugiyono, 2019). Adapun kriteria masyarakat Kota Cirebon yang akan dijadikan sebagai sampel yaitu Masyarakat Kota Cirebon, Merupakan kaum milenial yang paham akan kecanggihan teknologi masa kini, dan Pernah menggunakan *Go-Food* minimal tiga kali.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini sebagai variabel independen atau variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya yakni Kualitas Pelayanan. Sedangkan variabel dependen atau variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas yaitu Kepuasan Pelanggan

Uji kualitas data terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas. Uji asumsi klasik terdiri atas uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat menggunakan uji regresi linier berganda (Sugiyono, 2018). Uji Hipotesis dibagi menjadi Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji T) dan Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F); dan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat menggunakan Koefisien determinasi (R^2).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian merupakan jawaban dari rumusan masalah yang telah ditetapkan sebelumnya, yang dapat menguatkan sebuah hipotesis. Hasil penelitian diperoleh dari kuesioner yang disebar pada objek yang diteliti, yaitu masyarakat Kota Cirebon. Penelitian ini dilaksanakan pada wilayah Kecamatan Harjamukti dengan jumlah sampel 96 responden. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen bagi pengguna layanan jasa antar makanan di Kota Cirebon. Hasil yang disajikan dalam penelitian ini, untuk memberikan gambaran secara umum data yang diperoleh di lapangan. Dalam penelitian ini, pengolahan data menggunakan bantuan *Software SPSS versi 24 for windows*.

Berdasarkan hasil angket penelitian diperoleh total angket variabel kualitas pelayanan berikut ini bahwa nilai presentase pada variabel kualitas pelayanan (X) sebesar 79,4%. Terdapat pada interval 61%-80% dikategorikan kuat. Interpretasi skor menunjukkan

kualitas pelayanan yang disediakan oleh PT. Gojek termasuk kuat dengan pencapaian skor 79,4%. Kemudian nilai presentase pada variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 72% terdapat pada interval 61%-80% dikategorikan kuat. Interpretasi skor menunjukkan kepuasan

yang dirasakan oleh konsumen termasuk kuat dengan pencapaian skor 72%.

Uji ini digunakan untuk menguji normalitas residual apakah berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilihat pada tabel 1, yaitu sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

		<i>Unstandardized Residual</i>
N		96
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	,0000000
	<i>Std. Deviation</i>	2,70279928
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	,052
	<i>Positive</i>	,052
	<i>Negative</i>	-,040
<i>Test Statistic</i>		,052
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		,200 ^{c,d}
<i>a. Test distribution is Normal.</i>		
<i>b. Calculated from data.</i>		
<i>c. Lilliefors Significance Correction.</i>		
<i>d. This is a lower bound of the true significance.</i>		

Sumber: Olah data primer, 2023

Berdasarkan tabel 1 diketahui nilai Asymp. Sig. (2-tailed) 0,200 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal. Kemudian uji Analisis regresi linear sederhana, yaitu

digunakan untuk memperkirakan hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil analisis regresi linear sederhana dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

	<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>sig.</i>
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
1	<i>(Constant)</i>	4,624	3,199		1,445	,152
	Kualitas Pelayanan	,440	,040	,751	11,026	,000

a. *Dependent Variable: Kepuasan Konsumen*

Sumber: Olah data primer, 2023

Berdasarkan tabel 2, hasil tersebut apabila ditulis dalam bentuk *standarized* dari persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + bX$$

$$Y = 4,634 + 0,440X$$

Persamaan regresi linear sederhana tersebut dapat diuraikan sebagai berikut: 1). Nilai konstanta (α) sebesar 4,624, mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel kepuasan adalah sebesar 4,624; 2). nilai koefisien regresi X sebesar 0,440



menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai kualitas pelayanan, maka nilai kepuasan konsumen bertambah sebesar 0,440. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif.

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat atau tidak. Hasil analisis uji t dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3. Uji t (Uji Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4,624	3,199		1,445	,152
Kualitas Pelayanan	,440	,040	,751	11,026	,000

a. *Dependent Variable: Kepuasan Konsumen*

Sumber: Olah data primer, 2023

Berdasarkan tabel 3 di atas menunjukkan bahwa, hasil uji statistik t untuk variabel kualitas diperoleh nilai t hitung sebesar 11,026 dengan nilai signifikansinya 0,00, dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,440. Nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 ($0,00 < 0,05$). Maka hipotesisnya dapat dinyatakan bahwa, terdapat pengaruh

signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam layanan jasa antar makanan.

Selanjutnya ada uji determinasi, uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besarnya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Perhitungan uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. Hasil Uji R

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,751 ^a	,564	,559	2,717

a. *Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan*

Sumber: Olah data primer, 2023

Tabel 4 di atas menunjukkan bahwa, hasil uji R mempunyai nilai determinasi (R^2) pada kolom R sebesar 0,751 atau 75,1%. Hal ini menunjukkan bahwa, pengaruh variabel independen kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 75,1%. Maka dapat disimpulkan bahwa, variasi variabel independen kualitas pelayanan mampu menjelaskan sebesar 75,1%, sedangkan sisanya 24,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Pengguna Layanan Jasa Antar Makanan (Go-Food) di Kota Cirebon. Kualitas pelayanan merupakan segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa yang disampaikan oleh pemilik jasa yang dapat berupa kemudahan, kecepatan, kemampuan, dan keramahan yang ditunjukkan melalui sikap dan sifat dalam memberikan



suatu pelayanan untuk kepuasan konsumen (Rianty & Rahayu, 2021). Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang mereka terima dengan pelayanan yang diharapkan. Kasmir (2017) pun mengungkapkan bahwa, kualitas pelayanan didefinisikan sebagai tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi yang bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa, terdapat pengaruh kualitas pelayanan yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal itu menggambarkan bahwa, semakin tinggi taraf kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, maka semakin tinggi pula kualitas pelayanan yang harus diberikan suatu perusahaan (Madrianah et al., 2023). Sejalan juga dengan pendapat Amin & Isa (Fida et al., 2020) Memberikan layanan terbaik diyakini penting dalam menentukan kepuasan pelanggan dan jenis hubungan yang akan berkembang antara perusahaan dan pelanggannya di masa depan. Oleh karena itu, perusahaan harus meningkatkan kualitas pelayanannya agar konsumen merasa puas.

Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa, terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat dilihat berdasarkan jawaban yang diperoleh dari responden terhadap beberapa indikator dari kualitas pelayanan, seperti: bukti fisik (*tangible*); keandalan (*reliability*); daya tanggap (*responsiveness*); jaminan (*assurance*); dan empati (*emphaty*). Responden sangat senang menggunakan layanan jasa antar makanan (*Go-Food*). Hal ini terlihat dari respon responden yang memberikan jawaban positif dan sudah

dapat menggambarkan bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen *Go-Food* di Kota Cirebon.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Anggraini & Budiarti (2020) yang mengungkapkan bahwa, kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin meningkatnya suatu kualitas pelayanan, maka kepuasan yang dirasakan oleh konsumen semakin tinggi pula.

Menurut (Anggraini & Budiarti, 2020) Perusahaan yang berorientasi pada kualitas akan selalu memiliki keunggulan kompetitif, sehingga konsumennya loyal dan pada akhirnya menciptakan kemitraan jangka panjang yang bermanfaat. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Suratni & Mayasari (2021) diketahui bahwa, *service quality* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi pula. Dengan halnya dengan penelitian Ardista, (2021) yang hasilnya ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, perusahaan harus memberikan pelayanan yang lebih baik lagi. Begitu juga dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Aprillia & Fatihah (2021) yang mengungkapkan bahwa, kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa jika semakin baik kualitas pelayanan, maka kepuasan konsumen akan semakin tinggi. Dari hasil penelitian (Rahayu et al., 2021) menghasilkan *realibility* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *emphaty*



(empati), *assurance* (jaminan), dan *tangible* (bukti fisik) secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Lalu (Zahroh et al., 2023) menyatakan bahwa, pelayanan kepada konsumen merupakan salah satu unsur terpenting dalam komunikasi. Pelayanan kepada konsumen bertujuan untuk mengembangkan dan meningkatkan hubungan psikologis antara produsen dan konsumen, serta memantau berbagai keluhan konsumen.

Dengan demikian, apabila perusahaan PT. GOJEK Indonesia mampu menyediakan pelayanan yang baik dan terus berupaya untuk menjadi lebih baik lagi dalam meningkatkan pelayanannya, diantaranya yaitu dengan melakukan strategi promosi maupun meningkatkan tingkat kepercayaan atau layanan fasilitas, maka kepuasan konsumen juga akan semakin meningkat.

PENUTUP

Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Adanya *Go-Food*, konsumen dapat lebih mudah dalam memenuhi kebutuhan pangannya tanpa harus pergi ke restorannya secara langsung. Lalu, adanya keefisienan waktu dalam melakukan transaksi, karena mudahnya bertransaksi *online*. Terlebih lagi pada saat musim *pandemic*, seperti sekarang ini banyak sekali masyarakat yang memanfaatkan kecanggihan teknologi untuk memenuhi kebutuhan hidupnya secara *online*, layanan *Go-Food* memberikan kemudahan dalam mobilisasi dan dalam memesan makanan, kemudian sistem pembayarannya pun sangat mudah dilakukan. Kemudian, pelayanannya yang ramah menjadikan *Go-Food* banyak sekali diminati oleh

masyarakat. Dari hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa, semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, maka semakin tinggi pula kepuasan yang akan dirasakan oleh konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriansyah, Dani & Marheni Eka Saputri. (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 (JEMI)*, 3(3), 123–28.
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86-94.
<https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94>
- Aprillia, A., & Fatihah, D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Gojek Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Bandung. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, 9(1), 242-257.
<https://doi.org/10.47668/pkwu.v9i1.222>
- Aprillia, A., Fatihah, D.C. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Gojek Pada Masa Pandemi Covid 19 di Kota Bandung. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan* Volume 9 Issue 1 2021
DOI:
<https://doi.org/10.47668/pkwu.v9i1.222>
- Ardista, R. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan



- Pelanggan PT. Langit Membiru Wisata Bogor. *Jurnal Parameter*, Volume 6, No. 1, Februari 2021 Hal. 38-49 ISSN Cetak : 1979-8865 ISSN Online : 2716-1676
- Fida, B. A., Ahmed, U., Al-Balushi, Y., & Singh, D. (2020). Impact of Service Quality on Customer Loyalty and Customer Satisfaction in Islamic Banks in the Sultanate of Oman. *SAGE Open*, 10(2). <https://doi.org/10.1177/2158244020191517>
- Herawan, E., Febianti, Y.N., Safitri, A.L. (2023). Digital Literacy and Student Creativity Through E-Resources on the Quality of Learning in College. *Journal of Education Technology*, 7(1), 25–33. <https://doi.org/10.23887/jet.v7i1.43622>
- Hardiansyah. (2018). *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Gava Media.
- Hernando, H., & Nugroho, J. (2022). Delivery quality and loyalty of *Go-Food* customers: The mediation role of customer satisfaction. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 22(1), 17–26. <https://doi.org/10.28932/jmm.v22i1.4886>
- Indrawati, B., Murti W., & Triana Y. (2021). Analisis Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen yang Berimplikasi pada Loyalitas Pelanggan *Go-Food* di Kota Bekasi. *OPTIMAL: Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 15(2), 59-76. <https://doi.org/10.33558/optimal.v15i2.2771>
- Ismail, T., & Yusuf, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Gegerkalong di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(3), 413-423. <https://doi.org/10.31955/mea.v5i3.1479>
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Madrianah., Kausar, A., Muchsidin, F.P., Verawaty. (2023). Pengaruh E-Commerce Terhadap Pendapatan UMKM Yang Bermitra Gojek Dalam Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Makassar. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)* 6(1): 34-42. <http://dx.doi.org/10.35914/jemma.v6i1.1659>
- Millah, H., Suryana, H. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Alfamart di Desa Karangbong Kecamatan Pajajaran). *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* Vol.6 No.2 (2020) Hal.134-142
- Mukhsin, M. (2020). Peranan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Menerapkan Sistem Informasi Desa Dalam Publikasi Informasi Desa Di Era Globalisasi. *TEKNOKOM*, 3(1), 7–15. <https://doi.org/10.31943/teknokom.v3i1.43>
- Rahayu, S. R., Latief, F., & Asbara, N. W. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Layanan Indihome Di Makassar. *Nobel Management Review*, 2(3), 370–380. <https://doi.org/10.37476/nmar.v2i3.2188>
- Rahmawati. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Samarinda: Mulawarman University Press.



Rianty, M., & Rahayu, P. F. (2021). Pengaruh E-Commerce Terhadap Pendapatan UMKM Yang Bermitra Gojek Dalam Masa Pandemi Covid-19. *Akuntansi Dan Manajemen*, 16(2), 153-167.
<https://doi.org/10.30630/jam.v16i2.159>

<https://doi.org/10.31932/jpe.v8i2.2502>

Rusni, A., & Solihin, A. (2022). Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Diskon Harga Dan Tagline “Gratis Ongkir” Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Secara Online Di Shopee. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 167-179.
<https://doi.org/10.38043/jimb.v7i2.3841>

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV. Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.

Suratni, N.L.S., Mayasari, N.M.D.A. 2021. Pengaruh Promosi dan *Service Quality* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Layanan Grab-Food Pada Aplikasi Grab di Singaraja. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* Vol. 13 No. 1 (2021)

Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Yogyakarta: Andi.

Widianto, Edi. (2021). Pemanfaatan Media Pembelajaran Berbasis Teknologi Informasi. *Journal of Education and Teaching*, 2(2), 213-224.

Zahroh, A., Arisinta, O., Ulum, R. (2023). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Melalui Manajemen Pelayanan Pada Restoran Bebek Sinjay Bangkalan. *JURKAMI: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 8(2).

