

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* , *FOOD QUALITY* , DAN
DISKON TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
LAYANAN GOFOOD DI APLIKASI GOJEK
(Studi pada Pelanggan Gofood Pelajar / Mahasiswa di Sukoharjo)**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Oleh:
YUYUN WIGATI
19.52.11.104

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA
2023**

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* , *FOOD QUALITY*, DAN
DISKON TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
LAYANAN GOFOOD DI APLIKASI GOJEK
(Studi pada Pelanggan Gofood Pelajar / Mahasiswa di Sukoharjo)**

SKRIPSI

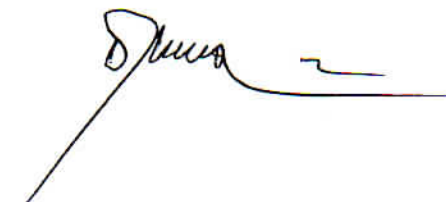
Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Dalam Bidang Ilmu Manajemen Bisnis Syariah

Oleh:

Yuvun Wigati
NIM. 19.52.11.104

Sukoharjo, 30 Maret 2023

Disetujui dan disahkan oleh:
Dosen Pembimbing Skripsi



Drs. Azis Slamet Wiyono, M.M.
NIP. 19590812 19603 1 022

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : YUYUN WIGATI

NIM : 19.52.11.104

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

FAKULTAS : FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul “PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *FOOD QUALITY*, DAN DISKON TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA LAYANAN GOFOOD DI APLIKASI GOJEK (Studi pada Pelanggan Gofood Pelajar / Mahasiswa di Sukoharjo)”.

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila di kemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikin surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Sukoharjo, 30 Maret 2023



Yuyun Wigati

SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : YUYUN WIGATI
NIM : 19.52.11.104
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS : FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul “PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *FOOD QUALITY*, DAN DISKON TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA LAYANAN GOFOOD DI APLIKASI GOJEK (Studi pada Pelanggan Gofood Pelajar / Mahasiswa di Sukoharjo)”.

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar benar telah melakukan penelitian dan pengambilan data. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data yang sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian Surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana semestinya.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Sukoharjo, 30 Maret 2023



Yuyun Wigati

Drs. Azis Slamet Wiyono, M.M.
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi
Sdr : Yuyun Wigati

Kepada Yang Terhormat
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Di Surakarta

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan Hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Yuyun Wigati NIM : 19.52.11.104 yang berjudul:

“PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* , *FOOD QUALITY*, DAN DISKON TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA LAYANAN GOFOOD DI APLIKASI GOJEK (Studi pada Pelanggan Gofood Pelajar / Mahasiswa di Sukoharjo)”.

Sudah dapat dimunaqasahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Manajemen Bisnis Syariah. Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqasahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Sukoharjo, 30 Maret 2023
Dosen Pembimbing Skripsi



Drs. Azis Slamet Wiyono, M.M.
NIP. 19590812 198603 1 002

PENGESAHAN

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *FOOD QUALITY*, DAN
DISKON TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
LAYANAN GOFOOD DI APLIKASI GOJEK
(Studi pada Pelanggan Gofood Pelajar / Mahasiswa di Sukoharjo)**

Oleh:

YUYUN WIGATI
NIM. 19.52.11.104

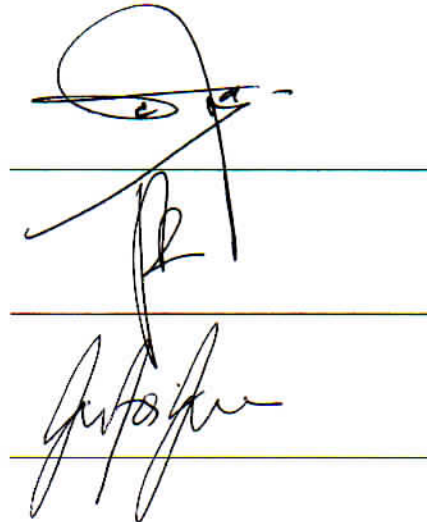
Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosah
pada hari Selasa tanggal 02 Mei 2023 M / 11 Syawal 1444 H dan dinyatakan
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji :

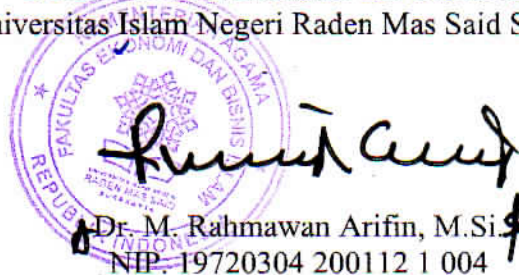
Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)
Prof. Drs. H. Sri Walyoto, M.M., Ph.D.
NIP. 19561011 198303 1 002

Penguji II
Purwono, S.Si., M.Si.
NIP. 19860204 201801 1 002

Penguji III
Moh. Rifqi Khairul Umam, S.E., M.M.
NIP. 19890102 201403 1 002



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta



Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si.
NIP. 19720304 200112 1 004

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(QS Al-Baqarah ayat 286)

“Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah”

(Thomas Alva Edison)

“Lakukan lah dikit demi dikit daripada engkau berdiam diri dan ujungnya terjadilah penyesalan”

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Orang Skripsi pada penelitian ini dipersembahkan kepada:

1. tua peneliti yaitu Bapak Widodo dan Ibu Maryuni yang selalu memberikan dukungan selama ini, yang sangat berjasa.
2. Seluruh sahabat peneliti yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Yang mana selalu ada, selalu memberikan motivasi, saling memberikan semangat dalam proses menyelesaikan skripsi ini.
3. Semua teman-teman angkatan 2019 Manajemen Bisnis Syariah Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta terutama kelas MBS C. Yang telah berjuang bersama dan saling memberikan dukungan dalam perkuliahan ini.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah hirobbil alamin dengan menyebut nama Allah SWT. Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, kami panjatkan puji syukur kehadiran-Nya yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *E-Service Quality*, *Food Quality*, dan Diskon Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Layanan Gofood di Aplikasi Gojek (Studi Pada Pelanggan Gofood Pelajar / Mahasiswa di Sukoharjo)”. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan salah satu syarat penyelesaian studi jenjang Strata 1 (S1) Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Mudhofir, S.Ag., M.Pd. Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. M. Rahmawan Arifin, S.Ag., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Zakky Fahma Auliya, SE, MM selaku Koordinator Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

4. Drs. Azis Slamet Wiyono, M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama penulis menyelesaikan skripsi.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta yang telah banyak memberikan banyak bekal mengenai ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis.
6. Tim Penguji Skripsi yang telah menguji dan memberikan masukan kepada penulis.
7. Responden di Sukoharjo yang telah membantu dan bersedia dijadikan responden dalam penelitian ini.
8. Orang tua saya, ibu Maryuni dan bapak Widodo atas doa dan dukungan dari kecil sampai sekarang. Tidak lupa kakak perempuan dan keluarga besar yang selalu mendoakan, memberikan nasihat dan motivasi sehingga penulis dapat menyusun skripsi dengan lancar.
9. Sahabat kuliah Winda dan Nurul yang telah ada di saat suka maupun duka, memberikan semangat dalam penyusunan skripsi ini.
10. Teman-teman SD, SMP, SMK maupun teman lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang telah memberikan doa dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
11. Teman-teman seperjuangan kelas Manajemen Bisnis Syariah C dan teman-teman angkatan 2019.

Terhadap semua pihak tiada kiranya penulis dapat membalasnya dan hanyalah Allah SWT yang memberikan balasan kebaikan kepada semuanya
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Sukoharjo, 30 Maret 2023

Penulis

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of e-service quality, food quality, and discounts on customer satisfaction with Gofood services in the Gojek study application for Gofood customers in Sukoharjo. This study uses quantitative research methods. Using purposive sampling and questionnaire techniques to collect data which is then processed with multiple linear regression using SPSS 26 software. The sample used in this study was 105 respondents.

The results of the study show that e-service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. With the results of the t test, the value of $t_{count} > t_{table}$ is $2.404 > 1.98350$ with a significance value of $0.018 < 0.05$. Food quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. With the results of the t test, the value of $t_{count} > t_{table}$ is $6.055 > 1.98350$ with a significance value of $0.000 < 0.05$. Discounts have a positive and significant effect on customer satisfaction. With the results of the t test, the value of $t_{count} > t_{table}$ is $2.206 > 1.98350$ with a significance value of $0.030 < 0.05$. Where food quality has the strongest value and discount has the lowest value. So Gofood needs to increase discounts to get customer satisfaction.

Keywords: E-service Quality, Food Quality, Discount.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *e-service quality*, *food quality*, dan diskon terhadap kepuasan pelanggan pada layanan Gofood di aplikasi Gojek studi pada pelanggan Gofood pelajar / mahasiswa di Sukoharjo. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Dengan teknik *purposive sampling* dan kuesioner untuk mengumpulkan data yang kemudian diolah dengan regresi linear berganda menggunakan bantuan software SPSS 26. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 105 responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan hasil uji t diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $2,404 > 1,98350$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,018 < 0,05$. *Food quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan hasil uji t diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $6,055 > 1,98350$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Diskon berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan hasil uji t diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $2,206 > 1,98350$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,030 < 0,05$. Dimana *food quality* yang nilainya paling kuat dan diskon yang nilainya paling rendah. Sehingga Gofood perlu meningkatkan diskon untuk mendapatkan kepuasan pada pelanggan.

Kata Kunci : *E-service Quality*, *Food Quality*, Diskon.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN BIMBINGAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI.....	iii
HALAMAN KETERANGAN PENELITIAN.....	iv
NOTA DINAS	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
<i>ABSTRACT</i>	xiii
ABSTRAK	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	6
1.3. Batasan Masalah.....	7
1.4. Rumusan Masalah	8
1.5. Tujuan Penelitian.....	8
1.6. Manfaat Penelitian.....	8
1.7. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	11

2.1	Kajian Teori	11
2.1.1	<i>E-service Quality</i>	11
2.1.2	<i>Food Quality</i>	13
2.1.3	Diskon	14
2.1.4	Kepuasan Pelanggan	15
2.2	Hasil Penelitian yang Relevan	17
2.3	Kerangka Berfikir	24
2.4	Hipotesis Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN		28
3.1	Waktu dan Wilayah Penelitian	28
3.2	Jenis Penelitian	28
3.3	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	28
3.3.1.	Populasi	28
3.3.2.	Sampel.....	29
3.3.3.	Teknik Pengambilan Sampel.....	29
3.4	Data dan Sumber Data	30
3.5	Teknik Pengumpulan Data	30
3.6	Variabel Penelitian.....	31
3.7	Definisi Operasional Variabel	32
3.8	Teknik Analisis Data	33
3.8.1.	Uji Instrumen Penelitian.....	33
3.8.2.	Uji Asumsi Klasik	34

3.8.3.	Uji Ketepatan Model	36
3.8.4.	Statistik Deskriptif.....	37
3.8.5.	Analisis Regresi Berganda	37
3.8.6.	Uji Hipotesis (uji t).....	38

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1.	Gambaran Umum Penelitian.....	39
4.2.	Karakteristik Responden.....	39
4.2.1.	Deskripsi Jenis Kelamin Responden.....	39
4.2.2.	Deskripsi Pendapatan Per Bulan Responden	40
4.2.3.	Deskripsi Domisili Kecamatan Responden.....	40
4.2.4.	Deskripsi Frekuensi Pembelian Responden	42
4.3.	Uji Instrumen Penelitian	43
4.3.1.	Uji Validitas	43
4.3.2.	Uji Reliabilitas	44
4.4.	Uji Asumsi Klasik.....	44
4.4.1.	Uji Normalitas	45
4.4.2.	Uji Heteroskedastisitas.....	46
4.4.3.	Uji Multikolinearitas	47
4.5.	Uji Ketepatan Model.....	47
4.5.1.	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	48
4.5.2.	Uji F	48
4.6.	Statistik Deskriptif.....	49
4.6.	Analisis Regresi Berganda.....	51

4.7. Uji Hipotesis (uji t)	52
4.8. Pembahasan Hasil Analisis Data	54
BAB V PENUTUP	58
5.1 Kesimpulan.....	58
5.2 Keterbatasan Penelitian	59
5.3 Saran Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA	61

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan	17
Tabel 3.1 Skala Likert	31
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	32
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	39
Tabel 4.2 Pendapatan Per Bulan Responden.....	40
Tabel 4.3 Domisili Kecamatan Responden	40
Tabel 4.4 Frekuensi Pembelian Responden	42
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas	43
Tabel 4.6 Hasil Uji Reabilitas	44
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas.....	45
Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas	46
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas.....	47
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R Square).....	48
Tabel 4.11 Hasil Uji F	49
Tabel 4.12 Hasil Statistik Deskriptif	49
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	51
Tabel 4.14 Hasil Uji Hipotesis (uji t)	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna internet di Indonesia	2
Gambar 1.2 Pengguna Aplikasi Food Delivery.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	25

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Penelitian	67
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	69
Lampiran 3 Data Karakteristik Responden	76
Lampiran 4 Hasil Tabulasi Data Penelitian	79
Lampiran 5 Hasil Distribusi Karakteristik Responden	91
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas	93
Lampiran 7 Hasil Uji Reabilitas.....	97
Lampiran 8 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	98
Lampiran 9 Hasil Uji Ketepatan Model	100
Lampiran 10 Hasil Uji Statistik Deskriptif	101
Lampiran 11 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda.....	102
Lampiran 12 Hasil Uji Hipotesis	103
Lampiran 13 Hasil Plagiasi	104
Lampiran 14 Daftar Riwayat Hidup.....	105

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Teknologi masa ini semakin maju, yang mempengaruhi perilaku sosial di masyarakat (Hikmawati & Megawati, 2022). Dalam mengetahui ikatan diantara produk teknologi dan dampak sosial, penting untuk meninggalkan dua perspektif radikal : netralitas teknologi dan determinisme teknologi. Dampak sosial teknologi bergantung tidak hanya pada produk teknologi itu sendiri digunakan, tetapi juga pada penggunaannya dan konteks sosial dimana ia digunakan (Brey, 2018). Terutama perkembangan internet yang begitu pesat sehingga mudah diakses untuk mendapatkan informasi sesuai yang diinginkan masyarakat (Hikmawati & Megawati, 2022). Selain itu, ketersediaan informasi dan sumber daya melalui Internet merupakan dimensi yang semakin penting dalam kehidupan modern (Cisneros, et al., 2020).

Internet saat ini digunakan untuk mencari informasi hampir dalam berbagai kegiatan, karena internet menjangkau segala bidang. Internet juga dapat membuka jaringan pemasaran bagi para pengusaha. Internet telah membuka pasar dengan karakteristiknya sendiri. Bersama dengan Jepang, China, dan Korea, Indonesia ialah satu diantara yang ada negara dengan pemakai dunia maya tertinggi di Asia. Seiring dengan pertumbuhan pengguna internet, pasar internet juga tumbuh lebih cepat dan lebih cepat. Makin berlipat-lipat orang yang memakai media online akan berbagai keperluan karena dianggap lebih efisien, efektif dan terjangkau. Sekarang belanja online menjadi lebih sering dan

bertambah besar (Yoeliastuti, 2022).



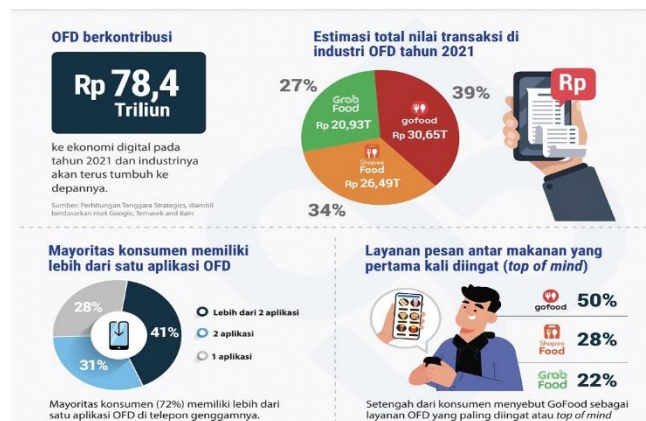
Sumber : websindo.com

Gambar 1. 1

Diketahui bahwa jumlah penduduk Indonesia adalah 268,2 juta sementara jumlah telepon seluler (*smartphone* dan *tablet*) meningkat menjadi 355,5 juta. Artinya, dibandingkan dengan penduduk Indonesia secara keseluruhan, penetrasi *smartphone* dan *tablet* lebih tinggi. Ketika seseorang memiliki dua atau lebih perangkat (*gadget*), terutama *Horang Kayah*, adalah hal yang lumrah untuk saling bertukar *smartphone*. Di antara pengguna Internet, 150 juta pengguna Internet aktif. Dengan kata lain, ada 56 pengguna internet dalam populasi Indonesia. Secara keseluruhan, sekitar 50 % populasi Indonesia ialah pemakai *giat media sosial*.

Pesatnya perkembangan teknologi modern dan inovasi telah membuat kehidupan masyarakat menjadi lebih mudah, salah satu inovasi adalah online Food Delivery Service (OFDS) atau aplikasi pengiriman makanan online (Nugroho, et al., 2022). Aplikasi *food delivery* mempunyai ketenaran cukup tinggi di beragam kota Indonesia (Insani & Madiawati, 2020). Pengguna layanan aplikasi pengantaran makanan dapat mengubah perilaku konsumen saat membeli dan menjual makanan (Insani & Madiawati, 2020). Proliferasi *FD online* di

seantero dunia telah mengonversikan trik banyak konsumen dan logistik makanan berkomunikasi dan pengaruh berkelanjutan bersifat ekonomi, sosial, dan lingkungan. FD menetapkan dalam prosedur makanan yang dipesan secara online diringkas dan dikirim kepada konsumen. Ekspansi FD online sudah dibantu oleh pengembangan kebijakan FD secara online penguatan seperti Uber eats, Deliveroo, Swiggy dan Meituan. Kebijakan FD secara online memenuhi berbagai fungsi. Membantu konsumen memilih berbagai bahan makanan, mendapat pesanan dan memandu pesanan ke penjual bahan makanan, mempelajari pembayaran, menyusun distribusi bahan makanan, dan menyediakan prasarana pelacakan. Aplikasi atau aplikasi distribusi makanan (FDA) berproses dalam kondisi FD secara online yang lebih luas dengan memungkinkan pengiriman makanan melalui rekayasa seluler (Bremer & Mirosa, 2020).



Sumber : market.bisnis.com

Gambar 1. 2

Dari gambar data di atas dapat menyimpulkan bahwa OFD berkontribusi sebesar 78,4 Triliun pada ekonomi digital dan industri di masa yang akan datang. Di tahun 2021 estimasi nilai transaksi di industri OFD di duduki oleh gofood sebesar Rp 30,65 T atau 39%, disusul kedua itu oleh shopee food sebesar Rp 26,49T atau 34% dan yang terakhir itu ada Grabfood sebesar Rp 20,93T atau 27%. Konsumen memiliki 1 aplikasi OFD sebesar 28%, menggunakan dengan 2 aplikasisebesar 31% dan menggunakan lebih dari 2 aplikasi sebesar 41%. Dilihat dari layanan pesan antar makanan yang paling diingat yaitu posisi pertama diduduki oleh Gofood sebesar 50%, Shopeefood sebesar 28% dan Grabfood sebesar 22%.

GoFood merupakan layanan yang ada di Indonesia, dimana lebih unggul dari layanan lain yang telah menggandakan jumlah transaksi yang dilakukan melalui GoFood dan mencapai 50 juta bisnis per bulan seluruh Asia Tenggara (Insani & Madiawati, 2020). Go-food juga ikut menggaet pelaku UMKMdand mengajak kerjasama di bidang usaha untuk menaikkan pendapatan ekonomi masyarakat (Faridah, 2022). Peningkatan juga dipengaruhi oleh promosi dan diskonyang sering ditawarkan kepada pelanggan (Insiatiningsih & Widyayanti, 2021). Pencapaian Gofood pada Mei 2020 dibenarkan institusi penelitian internasional UXAlliance, Usaria dan Somia CX sebagai layanan sementara terbaik dalam menanggapi situasi pandemi virus corona. Gofood mendapatkan penilaian layanan yang ramah pengguna dikarenakan pengaruh adaptasi tampilan dan pengalaman pelanggan yang sudah dikembangkan oleh aplikasi Gojek (Santoso, 2020).

Pada bidang layanan pesan pesan antar, terdapat pesaing seperti Grabfood dan shopeefood. Gojek dan Grab merupakan perusahaan jasa pengangkutan online penyedia fasilitas pesan antar makanan yang sering berkompetisi memperebutkan *market share* (Faridah, 2022). Bertambah banyaknya pemasok pelayanan pemesanan makanan secara online tentunya turut mempengaruhi persaingan yang semakin ketat. Konsumen tentu membeli di antara alternatif fasilitas online sesuai dengan kebutuhannya (Cantika& Wijastuti, 2021).

Menurut penelitian Astuti, et al., (2020) yang berjudul “Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Aplikasi Pesan Antar Makanan” menuturkan sesungguhnya mutu layanan ini mempunyai efek langsung pada kepuasan konsumen. Dimana pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan dari penyedia layanan dan mitra layanan sangat baik di respon oleh para pengguna aplikasi. Menurut (Agussalim & Jan, 2018) Meskipun kepuasan pelanggan dipengaruhi secara positif oleh kualitas layanan ini, hasil ini tidak signifikan di bawah uji regresi.

Penelitian menurut Carolina & Anita (2019) “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Makanan, Pada Kepuasan Konsumen K-Sushi” Perubahan kualitas makanan ini juga berdampak relevan terhadap kepuasan pelanggan. Peningkatan mutu makanan mengarah pada peningkatan kepuasan pelanggan secara otomatis. Berbeda dengan penelitian (Guaningrat, et al., 2021) yang berpendapat bahwa mutu makanan tidak mengusai kepuasan konsumen.

Observasi oleh Hutagalung, et al., (2020) yang berjudul “ Pengaruh Diskon dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV Mitra Cahaya Nauli Pandan” sesungguhnya variabel diskon berdampak secara parsial atas kepuasan pelanggan apabila nilai T-hitung $> 2,900$, nilai T-tabel $2,8008$, atau nilai signifikansi $0,006 < \alpha (0,05)$. Ginting, et al., 2022) bahwa diskon parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Dengan kesimpulan tersebut di atas, terdapat perbedaan pendapat mengenai hasil penelitian, oleh karena itu penelitian terkait *E-Service Quality*, *Food Quality*, dan Diskon Terhadap Kepuasan Pelanggan perlu dilakukan kembali. Oleh karena itu peneliti tertarik dengan melaksanakan penelitian pada judul “Pengaruh E-Service Quality, Food Quality, dan Diskon Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Layanan Gofood di Aplikasi Gojek (Studi pada Pelanggan Gofoodpelajar / mahasiswa di Sukoharjo).

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan di latar belakang, persepsi subjek penelitian ini ialah :

1. Terdapat *research gap* hasil penelitian Astuti, et al., (2020) yang berjudul “Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Aplikasi Pesan Antar Makanan” menyebutkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dimana pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan dari penyedia layanan dan mitra layanan sangat baik di respon oleh para pengguna aplikasi. Menurut (Agussalim & Jan 2018) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif

terhadap kepuasan konsumen, melalui pengujian regresi tetapi tidak signifikan hasilnya.

2. Terdapat *research gap* hasil penelitian Carolina & Anita (2019) “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Makanan, Pada Kepuasan Konsumen K-Sushi” sesungguhnya variabel kualitas makanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Ketika mutu hidangan meningkat, kebahagiaan konsumen otomatis meningkat. Berbeda dengan penelitian (Guaniungrat, et al.,2021) yang berpendapat bahwa kepuasan konsumen terhadap kualitas makanan tidak mempengaruhinya.
3. Terdapat *research gap* hasil penelitian Hutagalung, et al., (2023) yang berjudul “Pengaruh Diskon dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV Mitra Cahaya Nauli Pandan” bahwa diskon berdampak secara parsial atas kepuasan pelanggan jika nilai t-hitung $2,900 >$ nilai t-tabel $2,8008$ atau signifikan sebesar $0,006 < \alpha (0,05)$. Berbeda di penelitian yang dijalankan oleh (Ginting, Sembiring, & Sitepu, 2022) menunjukkan bahwasanya diskon parsial tidak berdampak pada kepuasan konsumen.

1.3. Batasan Masalah

Keterbatasan di observasi disini ialah:

1. Meneliti tentang Pengaruh *E-Service Quality*, *Food Quality* dan diskon sebagai variabel independen (X) terhadap kepuasan pelanggan pada layanan gofood di aplikasi gojek sebagai variabel dependen (Y).

2. Penelitian ini dilakukan dengan pelajar / mahasiswa yang telah memanfaatkan layanan Gofood dan membelinya.
3. Observasi disini dilaksanakan pada responden usia diatas 17-24 tahun.
4. Penelitian ini dilakukan untuk pelajar / mahasiswa adapun kriterianya di Sukoharjo.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan di batasan masalah, persoalan dapat dianalisis di dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah E-Service Quality berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada layanan GoFood di aplikasi Gojek ?
2. Apakah Food Quality berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada layanan GoFood di aplikasi Gojek ?
3. Apakah pemberian diskon berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada layanan GoFood di aplikasi Gojek ?

1.5. Tujuan Penelitian

Dapat disimpulkan bahwa penelitian disini dirancang bertujuan menguji hipotesis didukung atau ditolak, berdasarkan masalah tersebut di atas.

1.6. Manfaat Penelitian

Dampak penelitian disini diinginkan dapat berguna:

1. Untuk Perusahaan
Melalui layanan GoFood penelitian disini diinginkan dapat menjadi review atau kontribusi bagi PT Gojek Indonesia.

2. Untuk akademisi

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menambah referensi atau pengetahuan tentang pengaruh E-Service Quality, Food Quality, dan Diskon terhadap kepuasan pelanggan pada layanan GoFood di aplikasi Gojek untuk menjadi bahan referensi penelitian kedepannya. Di sisi lain juga dapat memperkuat hasil penelitian tentang kepuasan pelanggan. Diharapkan bisa sebagai landasan bagi penelitian sesudah ini.

1.7. Sistematika Penulisan Skripsi

1. BAB I PENDAHULUAN

Menguraikan latar belakang, identifikasi, batasan masalah, rumusan permasalahan, tujuan, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Menjelaskan teori yang dipakai, penelitian sebelumnya berdasar pada studi yang dijalankan, kerangka berfikir, dan hipotesis studi.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Menjelaskan tentang waktu dan wilayah atau lokasi studi; jenis studi; populasi; sampel; teknik pengambilan sampel; data dan sumber data; teknik pengumpulan data; variabel penelitian; definisi operasional variabel; dan teknik analisis data.

4. BAB IV PEMBAHASAN

Menguraikan tentang gambaran besar objek studi, analisis data, dan pembahasan dari analisis data.

5. BAB V PENUTUP

Memuat final yang diperoleh daripada hasil studi dan saran, seperti masukan bagi perusahaan dan penelitian selanjutnya

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Teori

2.1.1 E-service Quality

Berdasarkan Sunardi & Suprianto (2020) dalam Mahmud (2023) pelayanan merupakan kesibukan atau perilaku adapun dipromosikan oleh satu pihak ke yang lain, dimana berkepribadian intangible dan mengakibatkan kepunyaan, produksi fisik atau produksi yang tidak dapat dilakukan. Menurut (Gofur, 2019), e-service quality ialah suatu penjelasan tentang aksi, ikatan yang dihasilkan dari perbedaan antara ekspektasi dan dengan hasil.

Menurut Sumarwan (2012) dalam Rahmah (2020) perbedaan jenis kualitas pelayanan mempengaruhi persepsi kepuasan pelanggasebagai berikut :

1. Kualitas layanan internal

Mengacu pada interaksi karyawan perusahaan dengan layanan yang diberikan.

Faktor yang mempengaruhi : model administrasi umum organisasi, penyiapan fasilitas pendukung, pengembangan sumber aya manusia.

2. Kualitas pelayanan eksternal

Ada faktor lain seperti : yang berkaitan dengan produksi jasa, model jasa dan tahapan penciptaan jasa, model distribusi jasa, dan model jasa penjualan jasa.

Menurut (Iqbal & Kadir, 2020) kualitas pelayanan mempunyai 5 ukuran sebagai berikut :

1. Bukti fisik (Tangible)

Bukti fisik adalah pelayanan yang dapat dilihat, dicium dan diraba sehingga penting untuk mengukur pelayanan dari segi penampilan. Bukti fisik keberadaan perusahaan kepada pihak luar. Performa dan kesanggupan sarana dan prasarana tangible perusahaan dan kondisi lingkungan sekitar merupakan bukti jelas sebuah pelayanan yang dibagikan dari pemberi jasa, termasuk fasilitas fisik, pegawai, dan media komunikasi. Bukti fisik yang baik bisa mempengaruhi persepsi pelanggan.

2. Keandalan (Reliability)

Adalah kesanggupan perusahaan dalam melaksanakan jasa sesuai yang telah dijanjikan dengan tepat waktu. Pentingnya keandalan adalah apabila kepuasan konsumen hendak menurun apabila jasa yang diberikan kurang sesuai dari harga yang sudah dijanjikan. Jadi komponen reliability adalah kesanggupan perusahaan dalam mengutarakan jasa dengan tepat dan tanggungjawab biaya secara tepat.

3. Ketanggapan (Responsiveness)

Adalah kesanggupan perusahaan yang dilakukan oleh karyawan dimana untuk memberikan jasa secara cepat dan tanggap. Daya tanggap bisa menumbuhkan pemahaman yang positif kepada kualitas pelayanan yang diberikan. Tergolong didalamnya jika ada kekecewaan atau keterlambatan dalam hal pelayanan jasa, pihak agen jasa berupaya untuk memperbaiki atau menyusutkan kerugian konsumen secara cepat. Ketanggapan memprioritaskan pada atensi dan kecekatan karyawan dalam menanggapi pengharapan, pertanyaan, dan keluhan konsumen. Jadi komponen ketanggapan terdiri dari kecekatan karyawan dalam melayani konsumen, kecepatan karyawan dalam pelayanan konsumen dan penanganan keluhan konsumen.

4. Jaminan (Assurance)

Adalah wawasan dan perilaku employee dalam membangun kepastian dan keyakinan di dalam diri konsumen dalam menggunakan layanan yang ditawarkan. jaminan sangat penting karena mengaitkan tanggapan konsumen terhadap efek keraguan tinggi terhadap kapabilitas penyedia layanan. perusahaan membangun keyakinan dan kesetiaan konsumen melawati karyawan yang berperan serta secara langsung menangani konsumen. Jadi komponen jaminan terdiri dari kemampuan karyawan yang terampil, wawasan yang dipunyai oleh karyawan dalam melakukan pelayanan dan integritas perusahaan mencakup masalah seperti reputasi perusahaan, manifestasinya, dan faktor lain yang terkait dengan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.

5. Empati (Empaty)

Adalah kesanggupan perusahaan yang dilaksanakan oleh karyawan untuk memberikan atensi kepada konsemen sebagai individu, tergolong juga sensibilitas atau kebutuhan kosumen. Jadi komponen empati adalah campuran dari akses yaitu keringanan dalam hal pemanfaatan jasa yang dipromosikan oleh perusahaan.

2.1.2 Food Quality

Menurut Ha dan Jang dalam Kunadi & Wuisan, (2021) kualitas makanan pada telah dianggap sebagai bagian penting dari pengalaman pelanggan restoran, dimana memberikan kinerja keseluruhan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Indikator menurut Komala, et al., (2019) sebagai berikut:

1. Rasa

Kualitas rasa tetap disesuaikan dengan selera konsumen.

2. Kuantitas porsi

Jumlah atau porsi makanan yang diinginkan oleh konsumen.

3. Variasi menu

Menu yang berbagai hidangan dan variasinya.

4. Cita rasa yang khas

Cita rasa unik yang hanya ada di tempat disini, tidak semacam di tempat yang lain di dunia.

5. Higienitas atau kebersihan

Kebersihan dan kualitas catering selalu dijunjung tinggi.

6. Inovasi

Penemuan kuliner modern yang dipromosikan memastikan pelanggan tidak jemu atas produk yang tidak menarik dan memberikan pelanggan lebih berlimpah alternatif.

2.1.3 Diskon

Diskon adalah hal yang sangat disukai pelanggan. Diskon yang Diskon yang ditujukan untuk menurunkan harga produk atau jasa umumnya diberikan kepada konsumen, dngan diskon biasanya dilakukan dalam jangka waktu tertentu (Hikmawati & Megawati, 2022).

Menurut Herman 2013 dalam Ekawati, et al., (2020) ada beberapa macam jenis diskon, yaitu :

1. Diskon kuantitas
2. Diskon musiman
3. Diskon tunai

Berdasarkan Wahyudi (2017) , indikator diskon tersebut adalah :

1. Frekuensi diskon

Keseringan diskon adalah tingkat dimana gerai ritel menawarkan diskon produknya.

2. Besaran diskon

adalah jumlah diskon yang ditawarkan oleh penjual kepada konsumen untuk produk yang diiklankan.

3. Waktu pemberian diskon

Mengacu pada saat penjual memberikan potongan harga atas produk yang diiklankan kepada konsumen.

2.1.4 Kepuasan Pelanggan

Mengingat ambisi konsumen pelayanan dapat dibagikan sesuai kenyataan yang dialami pelanggan, kepuasan dipahami sebagai ukuran kepuasan. Pelanggan akan kecewa apabila pemasok jasa tidak membagikan fasilitas memadai dan memenuhi hasrat pelanggan, begitu juga sebaliknya (Hikmawati & Megawati, 2022).

Lima faktor yang meyakinkan susunan kepuasan konsumen menurut Fikri dan Ritonga (2017) dalam Rahmah, (2020) sebagai berikut :

1. Kualitas produk, apabila evaluasi membuktikan sebenarnya barang yang dipakai konsumen mempunyai mutu yang baik hingga mereka konsumen gembira.
2. Kualitas pelayanan, , di bidang kualitas layanan sangat tinggi ketika mereka diberikan layanan yang baik atau mengharapkannya dari mereka.

3. Emosional

Pelanggan atau konsumen merasa bangga dan yakin jika orang lain takjub apabila memakai produk dengan merek dimana condong memiliki tingkat kepuasan tinggi

4. Harga

Dampak pada ulasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh produk dimana mutu yang setara, akan tetapi nilai kurang.

5. Biaya

Ketika seorang pelanggan membeli produk atau jasa dan umumnya merasa puas, dia tidak keberatan membayar biaya atau waktu tambahan.

Indikator kepuasan konsumen didasarkan pada seperangkat faktor menurut Rondonumu dan Komalig dalam (Setyo, 2017) :

1. Terpenuhinya harapan konsumen

Ketika pelanggan telah memenuhi angan-angan dan persyaratan mereka terkait dengan suatu produk atau layanan, mereka akan merasa puas.

2. Sikap atau keinginan menggunakan produk

Sikap ialah kecondongan yang dialami, yang bermakna bahwa perbuatan yang berhubungan dengan berbelanja terbentuk dari dampak dari pengetahuan langsung mengenai suatu produk, informasi secara verbal yang didapat dari orang lain atau dari iklan melalui media masa, internet dan pemasaran lainnya secara langsung.

3. Merekomendasikan kepada pihak lain

Tentang hal ini pengguna sering berujar kepada orang lain dalam hal pengalaman mereka dengan mutu produk yang dijual oleh suatu perusahaan.

4. Kualitas layanan

Untuk memenuhi harapan konsumen, mutu layanan bisa diraih dengan mencukupi keperluan mereka dan menyediakan layanan yang akurat.

5. Loyal

Pelanggan mempunyai dalih mengapa mereka tidak melebarkan kesetiaan terhadap beberapa barang atau layanan, dimana dapat memberi mereka kegunaan dan memenuhi ekspektasi mereka.

6. Reputasi yang baik

Keinginan perusahaan-perusahaan tersebut, dimana produk utamanya adalah layanan, kemudian reputasi dan nama baik, sebagian besar didasarkan pada asumsi bahwa reputasi datang dalam bentuk citra produk, angan-angan perusahaan, nama baik merek, layanan terbaik keseluruhan yang dibawa pelanggan.

7. Lokasi

Lokasi suatu perusahaan adalah pada saat menjual produk, barang atau jasanya kepadakonsumen.

2.2 Penelitian yang Relevan

Banyak studi lebih dahulu yang berhubungan tentang penelitian disini, yaitu variabel dimana mempunyai dampak kepuasan pelanggan. Studi ini didasarkan pada hasil studi itu dan digunakan untuk tujuan perbandingan.

Tabel 2. 1
 Penelitian Yang Relevan

No	Peneliti	Judul	Metode	Hasil
1.	(Hikmawati & Megawat, 2022)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Potongan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan GoFood (survey Pada Follower Akun Instagram @gofoodindonesia)	Metode penelitian kuantitatif digunakan, bersama dengan teknik naratif dan kontrol. Studi disini menggunakan anrandom sampel menggunakan ancara subyektif sampling. Studi jalur memakai instrumen SPSS 25 telah diterapkan dalam penelitian ini.	Penelitian mengekspos relasi absolut yang cukup tangguh diantara kualitas pelayanan dan diskon sebesar 0,559. Secara parsial mutu servis berimbas absolut dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan 0,414, dan berpengaruh penurunan nilai kepada kepuasan konsumen secara parsial positif dan signifikan 0,133. Sedangkan mutu pelayanan dan potongan harga berpengaruh positif besar tentang kebahagiaan konsumen sebesar 0,547.

Tabel berlanjut ...

Lanjutan Tabel 2.1

No	Peneliti	Judul	Metode	Hasil
2.	(Ernawati & Purwanti, 2021)	Peningkatan Kualitas Pelayanan Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan Pizza Hai Dengan Menggunakan Aplikasi GoFood	Menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan cara survei.	Citra merek perusahaan Pizza Shark menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang besar terhadapnya. Kualitas produk berdampak besar pada konsumen, dan produk yang berbeda mempunyai keistimewaan dan kelemahan. Oleh karena itu, pelanggan tidak saja sekedar menetapkan barang, tetapi juga memilihnya secara teliti dan cermat sesuai dengan kemampuan, keinginan dan kebutuhannya.
3.	(Febriana, Lufiana, & Rahayu, 2019)	Hubungan Antara Kualitas Makanan dengan Kepuasan Pelanggan Pengguna Layanan Pesan Antar Ojek <i>Online</i> (Studi Kasus di Kantin Bunda, Karawang)	Menggunakan metode kajian kuantitatif menggunakan uji validitas, reliabilitas, normalitas dan koefisien korelasi non parametrik	Menurut Amanah (2010: 85), variabel kualitas makanan berhubungan dengan kepuasan pelanggan. Kualitas makanan mempengaruhi kepuasan pelanggan dari 48,3% menjadi 51,7%.

Tabel berlanjut ...

Lanjutan Tabel 2.1

No	Peneliti	Judul	Metode	Hasil
4.	(Ekawati & Rahmayanti, 2021)	Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas pelanggan Menggunakan Online Food Delivery Service Di Bali	Kuesioner yang terkumpul sebanyak kuesioner diuji validitas dan reliabilitasnya dengan SPSS 24.0 dari total 30 kuesioner. Pengetesan asumsi di dalam studi disini adalah pengujian SMART – memakai cara persamaan struktural (SEM) menggunakan PLS 3.0.	Setiap indikator memenuhi kriteria validitas konvergen, karena nilai koefisien tekanan untuk semua indikator lebih besar dari h 0,7. Nilai p “Pengaruh Iklan Terhadap Loyalitas Pelanggan” adalah 0,020 (0,020 < 0,05) dengan koefisien regresi sejumlah 0,250. Angka tersebut mempunyai arti bahwa H2 diterima. Nilai p pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,009 (0,009 < 0,05) dengan koefisien regresi sebesar 0,264. Hal ini berarti H3 diterima. Nilai p “Pengaruh Iklan terhadap Kepuasan Pelanggan” adalah 0,000 (0,000 < 0,05) dan koefisien regresinya adalah 0,501. Hal ini berarti H4 diterima. Nilai p adalah pengaruh kepuasan

Tabel berlanjut ...

Lanjutan Tabel 2.1

No	Peneliti	Judul	Metode	Hasil
				<p>Pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Setiap indikator memenuhi kriteria validitas konvergen, karena nilai koefisien tekanan untuk semua indikator lebih besar dari h 0,7. Nilai p “Pengaruh Iklan Terhadap Loyalitas Pelanggan” adalah 0,020 ($0,020 < 0,05$) dengan koefisien regresi sebesar 0,250. Angka tersebut berarti hipotesis kedua diterima. Nilai p pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,009 ($0,009 < 0,05$) dengan koefisien regresi sebesar 0,264. Hal ini berarti H_3 diterima. Nilai p “Pengaruh Iklan terhadap Kepuasan Pelanggan” adalah 0,000 ($0,000 < 0,05$) dan koefisien regresinya adalah 0,501. Hal ini berarti H_4 diterima.</p>

Tabel berlanjut ...

Lanjutan Tabel 2.1

No	Peneliti	Judul	Metode	Hasil
				P value Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas Pelanggan 0,001 ($0,001 < 0,05$) dengankoeffisien regresi 0,348. Hal ini berarti H4 diterima.
5.	(Astuti , Enny; Sintesa , Nika, 2020)	Analisis Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Aplikasi Makanan Online	Sebuah penelitian dengan pendekatan kuantitatif menguji efektivitas SPSS.	Citra merek memiliki skor Cronbach alpha sebesar 0,838, sehingga ketika kepercayaan diinterpretasikan, koefisien korelasinya sangat kuat. Service quality mempunyai jumlah Cronbach's alpha sejumlah 0,922, maka dari itu jika diinterpretasikan reliabilitas, koefisien korelasinya sangat kuat.
6.	(Septiani, 2020)	Pengaruh E-Service quality, persepsi harga, dan promosi penjualan terhadap loyalitas	Metode penelitian kuantitatif menggunakan regresi sederhana dan bootstrap	1. Jika koefisien regresi bernilai positif 0,164, maka mutu pelayanan berdampak positif terhadap kepuasan konsumen Gojek

Tabel berlanjut ...

Lanjutan Tabel 2.1

No	Peneliti	Judul	Metode	Hasil
		pelanggan melalui kepuasan pelanggan (Studi pada pelanggan jasa transportasi online Gojek di Yogyakarta)	Dengan macro PROCESS	<p>Yogyakarta. 2. Pengaruh positif persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan Gojek Yogyakarta dengan koefisien regresi positif sebesar 0,304 5.</p> <p>Pengaruh positif kualitas e-service terhadap loyalitas pelanggan loyalitas pelanggan Gojek Yogyakarta dengan koefisien regresi positif sebesar 0,304 5.</p> <p>Pengaruh positif kualitas e-service terhadap loyalitas pelanggan Koefisien regresi positif untuk Gojek Yogyakarta 0,446 6.</p> <p>Pengaruh positif persepsi harga pada pelanggan setia Gojek Yogyakarta dengan koefisien regresi sebesar 0,241 7 dengan nilai positif.</p> <p>Pengaruh Koefisien regresi positif untuk Gojek Yogyakarta 0,446 6. Pengaruh positif persepsi harga pada pelanggan setia Gojek Yogyakarta</p>

Tabel berlanjut ...

Lanjutan Tabel 2.1

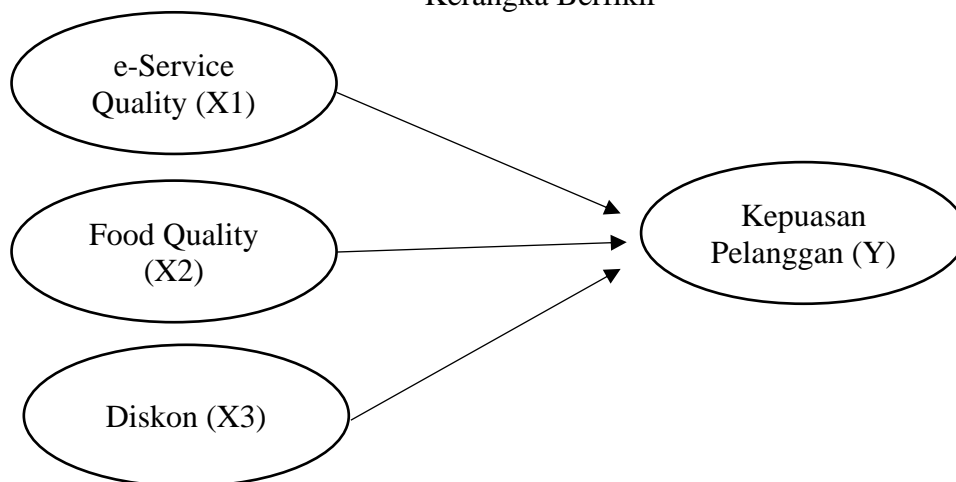
No	Peneliti	Judul	Metode	Hasil
				dengan koefisien regresi sebesar 0,241 7 dengan nilai positif. Koefisien regresi positif 0,503 kualitas 0,0442. variabel pengenalan harga 0,0404 dan variabel promosi 0,0676.
7.	(Rashid & Rokade, 2019)	Service quality influence customer satisfaction and loyalty : a study in organized food and grocery reatil	Menggunakan teknik <i>Convenience</i> sampling melalui kuesioner terstruktur dan IBM SPSS 16	Ada hubungan yang signifikan secara statistik antara produk, kebijakan, pemecahan masalah, interaksi pribadi, dan empati. Nilai pelanggan dan kualitas layanan/keandalan CS pada tingkat signifikansi 5%
8.	(Raina, Rana, & Thakur, 2019)	Popularity of online food ordering and delivery service-a comparative study between Zomato, Swiggy and Uber eats in Ludhiana	Menggunakan penelitian kualitatif dengan teknik komputasi, teknik statistik dan matematika dengan 250 kuesioner yang beredar 161 responden.	Dapat disimpulkan bahwa pemesanan secara online itu sukses dengan dibantu promosi maksimum adanya diskon, staff yang sopan, dan staf yang profesional dalam hal pengiriman.

2.3 Kerangka Berpikir

Bagan pemikiran ialah acuan teoritis teoretis yang terkait langsung atas aspek yang awalnya diketahui menjadi kasus krusial (Syafina, 2019). Bagan tersebut berfungsi jadi rujukan kepada pengkaji untuk menentukan haluan

observasi setara atas tujuan observasi. Ini adalah kerangka berpikir dalam observasi:

Gambar 2.1
Kerangka Berfikir



Y = Kepuasan Pelanggan

X1 = *E-Service Quality*

X2 = *Food Quality*

X3 = Diskon

E-service quality, *food quality* dan diskon merupakan aspek berkaitan tentang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam observasi ini. Disini *-service quality*, *food quality* dan diskon adalah variabel bebas yang mempengaruhi variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan dan besar kecilnya variabel terikat dipengaruhi oleh variabel penelitian bebas.

2.4 Hipotesis Penelitian

Anggapan dasar atau asumsi adalah hasil sementara dari pertanyaan penelitian. Jawabannya bersifat sementara karena hanya mengandalkan teori yang sehat dan mencerminkan bukti nyata yang dikumpulkan dari pengumpulan data (Syafina, 2019).

2.4.1 Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan

Jika anda menerima layanan yang sebanding oleh kemauan pengguna, gemar untuk membeli kembali buatan tersebut (Tobagus, 2018). Menurut (Atmaja, 2018) pelanggan puas ketika pelanggan senang atau kecewa karena membandingkan nilai produk dengan harapan yang diinginkan.

H₁ : E-Service Quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2.4.2 Pengaruh Food Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan

Pengaruh mutu makanan terhadap kepuasan dinyatakan oleh Carolina, (2019) dimana ketika makanan yang dihidangkan pihak restoran punya peran penting karena, makanan termasuk produk utama di restoran tersebut. Berdasarkan kesegaran, kesehatan, dan penampilan makanan, konsumen menilai kualitasnya. Rasa dan kesehatan makanan atau minuman yang ditawarkan, serta kebersihannya dipengaruhi oleh kesegarannya. Jika ini diperhitungkan, konsumen akan puas.

Penampilan dan penyajian yang memukau membuat konsumen berselera untuk menikmati makanan tersebut karena bisa memprovokasi konsumen untuk mengkonsumsinya. Oleh sebab itu, kualitas makanan yang sesuai selera dan kemauan dapat meningkatkan kepuasan konsume

H₂ : Food Quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2.4.3 Pengaruh Diskon Terhadap Kepuasan Pelanggan

Diskon dan hadiah sesekali membuat konsumen senang karena tidak ada kebutuhan. Menanti hari ulang tahun periode berbelanja yang terkoneksi dengan internet kebangsaan pada tanggal dan bulan yang sama (Cahyanti & Risti, 2022). Dengan potongan harga dapat mengurangi harga aslinya dan dilakukan hanya di waktu tertentu saja. Dampak potongan harga membuat konsumen senang karena mendapat pengurangan dari harga normal sebelumnya pada suatu produk atau jasa tertentu (Hikmawati & Megawati, 2022). Pembayaran Lebih Cepat, Pembelian Massal, dan Penyesuaian dan Diskon Harga Pembelian di Luar Musim Ghristian, 2016 dalam (Giningroem, et al., 2021).

H₃ : Diskon berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Wilayah Penelitian

Paling lambat November 2022, untuk mempersiapkan penelitian ini. Pelajar / Mahasiswa di Sukoharjo yang memanfaatkan layanan Gofood menjadi kelompok sasaran penelitian ini

3.2 Jenis Penelitian

Observasi disini, mengaplikasikan dengan metode kuantitatif digunakan. studi kuantitatif ialah bertujuan mendeteksi konsep baru. Peneliti pertama-tama mengoptimalkan teori dan dugaan atau asumsi, yang selanjutnya dilakukan pengujian coba menggunakan data kuantitatif dalam langkah-langkah selanjutnya yang mengarah ke kesimpulan definitif berdasarkan hipotesis yang dapat diuji (Ferdinand, 2014).

Observasi disini akan dilangsungkan bermaksud mengenali elemen dimana bisa berpengaruh kepuasan pelanggan terhadap penggunaan layanan Gofood. Pada penelitian ini, *e-service quality*, *food quality*, dan diskon merupakan faktor yang dianggap penting oleh pelanggan untuk kepuasan mereka terhadap pelayanan Gofood.

3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

3.3.1. Populasi

Komunitas ialah area tempat objek maupun subjek dimana mempunyai sifat bisa dipelajari atau dinilai bersama pengkaji menurut Sugiono dalam (Tobagus, 2018).

Populasi penelitian ini terdiri dari pelajar / mahasiswa yang tinggal dan berbelanja secara teratur di Kabupaten Sukoharjo berusia 17 hingga 24 tahun.

3.3.2. Sampel

Spesimen harus terdiri dari total dan sifat populasi sesuai (Syafina, 2019). Studi disini, tidak jadi ukuran sampel yang tepat atau data yang tersedia untuk populasi. Menurut teori Roscoe (1982) dalam (Sugiyono, 2022) ukuran sampel dalam penelitian dianggap layak bila jumlah responden antara 30 sampai 500 orang. Suatu penelitian dengan menggunakan analisis multivariat (seperti hubungan atau regresi berganda) berarti total elemen dalam sampel tersebut adalah 105.

3.3.3. Teknik Pengambilan Sampel

Ialah tahap penting karena dapat menentukan ketepatan yang dapat mempengaruhi hasil penelitian (Swarjana, 2020). Metode non-probabilitas adalah penggunaan bentuk sampel yang elemen anggota yang ada momen maupun kemungkinan sepadan jika dijadikan spesimen untuk tujuan penelitian (Syafina, 2019). Untuk beberapa alasan penggunaan *purposive sampling* digunakan sebagai metode sampel. Ini mungkin karena alasan pengumpulan data yang sederhana, kendala waktu, atau alasan lain yang memungkinkan pemilihan.

Kriteria pemilihan untuk penelitian ini adalah:

1. Pelajar / mahasiswa di Kabupaten Sukoharjo yang pernah menggunakan layanan Gofood minimal 1 kali.
2. Berumur 17-24 tahun.

3.4 Data dan Sumber Data

Ialah merupakan kumpulan bukti dimana diterima menggunakan cara observasi dan penelusuran (Syafina, 2019). Jenis data pertama dan kedua berikut digunakan untuk penelitian ini :

1. Data primer ialah asal informasi didapatkan secara kontan oleh asal atau sumber asli peneliti dikumpulkan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Sumber informasi utama di observasi disini ialah penyampaian kuesioner kepada konsumen sering memakai layanan GoFood di formulir google.
2. Data sekunder adalah adalah informasi observasi dimana ditemukan pengkaji dengan cara melewati orang lain, misalkan laporan, cetakan pegangan serta pustaka dimana dirujuk dalam artikel (Priadana & Sunarsi, 2021).

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan digunakan bertujuan mengumpulkan data adapun yang diperlukan agar pertanyaan observasi dapat dijawab. Untuk penelitian ini, kuesioner akan digunakan sebagai metode pengumpulan data. Menurut Sekaren dalam Kuesioner atau survei, menurut (Sumartik & Umami, 2019) adalah item pertanyaan tertulis yang diajukan sebelumnya oleh responden dan biasanya disertai dengan alternatif yang jelas. Tidak lagi di atas kertas, dapat digunakan dalam aplikasi seperti Google Forms dan Lime Surveys, serta online. Kuesioner atau survei juga dapat menanyakan pilihan ganda, isian (pertanyaan terbuka), daftar periksa (dengan tanda centang), dan skala penilaian (misalnya Tidak Setuju hingga Sepenuhnya Setuju) (Mufarrikoh, 2020).

Menurut Malhotra (2010) dalam Haro, et al., (2019) skala likert terdiri dari lima poin, yang masing-masing mengharuskan responden untuk menilai sejumlah frasa motivasi dari “sangat setuju” hingga “sangat tidak setuju”. Rasio Likert ialah 1 hingga 5 yaitu :

Tabel 3. 1
Skala Likert

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat tidak setuju	1
2	Tidak setuju	2
3	Netral	3
4	Setuju	4
5	Sangat setuju	5

3.6 Variabel Penelitian

Berdasarkan (Syafina, 2019) variabel ialah segala sesuatu atau benda yang memiliki nilai terukur baik berwujud maupun tidak berwujud. Variabel dependen dan independen berikut telah digunakan untuk tujuan penelitian ini :

1. Variabel dependen (Y)

Variabel terikat adalah variabel dimana keberadaannya dikuasai akibat variabel independen. Variabel terikat yang menimbulkan respon maupun tanggapan bila dikaitkan dengan variabelindependen umumnya ditandakan Y. Variabel dependen di penelitian disini ialah kepuasan pelanggan (Y).

2. Variabel independen (X)

Menurut Chandrarin dalam (Syafina, 2019) variabel independen adalah seharusnya mempengaruhi variabel dependen. Variabel bebas, atau variabel bebas yang menguasai variabel lain, biasanya diberi tanda X. Dalam penelitian disini variabel independennya ialah: *E-service Quality* (X1), *Food Quality* (X2), dan Diskon (X3).

3.7 Definisi Operasional Variabel

Tiga variabel dimana biasanya dipakai untuk observasi disini yaitu *E-Service Quality*, *Food Quality*, dan Diskon. Indikator ditetapkan untuk setiap variabel (pada tabel 3.1) sehingga dampak variabel tersebut terhadap kepuasan pelanggan saat membeli makanan dari layanan Gofood dapat diukur dengan mudah.

Tabel 3.2
Tabel definisi operasional variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
<i>E-Service Quality</i> (X1)	E-service quality adalah pernyataan tindakan, tautan yang muncul dari perbedaan antara harapan dan hasil (Gofur, 2019).	1. bukti fisik 2. empati 3. daya tanggap 4. rehabilitas 5. jaminan (Iqbal & Kadir, 2020)
<i>Food Quality</i> (X2)	Kualitas makanan makananseperti yang didefinisikan oleh ukuran, bentuk, warna, konsistensi, struktur atau rasa ialah karakteristik kualitatif dari makanan yang diterima oleh konsumen adalah karakteristik kualitatif dari makanan yang dapat diterima oleh konsumen (Komala, Norisanti, & Ramdan, 2019)	1. Rasa 2. Kuantitas porsi 3. Variasi menu 4. Cita rasa yang khas 5. Higienitas atau kebersihan 6. Inovasi (Komala, Norisanti, & Ramdan, 2019).
Diskon (X3)	Diskon adalah yang melibatkan penawaran pengurangan dari harga tertentu untuk mempromosikan penjualan suatu produk atau jasa.	1. Frekuensi diskon 2. Besaran diskon 3. Waktu pemberian diskon

	(Handayani & Nuryani, 2022)	(Wahyudi, 2017).
Kepuasan Pelanggan (Y)	Rasa puas adapun perwujudan dengan memadankan pendapat tentang performa produk dengan ekspektasi akan menjadi kepuasan pelanggan Kotler Amstrong dalam (Massie, Tawas, & Worotikan, 2021)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terpenuhi harapan konsumen 2. Sikap atau keinginan menggunakan produk 3. Merekomendasikan kepada pihak lain 4. Kualitas layanan 5. Loyal 6. Reputasi yang baik 7. Lokasi (Setyo, 2017).

3.8 Teknik Analisis Data

Berisi uraian dimana dikerjakan selepas menghimpunkan bukti mengenai informan (Sugiyono, 2022). Sebagian proses bisa dipakai bagi penelitian disini :

3.8.1 Uji Instrumen Penelitian

Pengkajian tentang pengukuran variabel berdasarkan angket diperlukan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh berkualitas baik. Untuk menilai mutu bukti adapun didapatkan berawal pada perangkat pengkajian, telah dilakukan tes kredibilitas atau validitas. Keakuratan pencocokan data harus dinilai dengan menggunakan metode ini.

1. Uji Validitas

Ialah ukuran valid dan tidaknya perangkat sebagai alat pengukur suatu variabel (Mufarrikoh, 2020). Menghitung validitas kuesioner atau tidak. Jika kuesioner terbukti menunjukkan sesuatu yang dapat dipantau oleh kuesioner, maka dianggap valid (Syafina, 2019). Ini menggunakan korelasi dua arah untuk masing-masing indikator tersebut dan skor konstruksi keseluruhan. Dengan menggunakan metode perbandingan, jumlah r hitung ditentukan bersama menggunakan r tabel.

Nilai r tabel dengan signifikansi 0,05 dicari atas adanya tes satu bidang atau total informasi (n) = 105, $df = n-2$. Inti dari keputusannya ialah apakah $r_{hitung} > r_{tabel}$ di tingkat signifikansi $< 0,05$ kemudian dikonfirmasi dan sebaliknya (Imam, 2013).

2. Uji Reliabilitas

Ialah ukuran dimana menampakan teratur tentang pemahaman responden terhadap perangkat terhadap variabel (Mufarrikoh, 2020). Uji Reabilitas ialah media hitung dalam membagikan kesimpulan setara atau sebanding jika diukur berulang (Muanandar, 2022). Keandalan digunakan untuk mengukur kecocokan relatif instrumen ketika dijalankan beberapa kali.

Perhitungan reliabilitas bisa dilaksanakan menggunakan *single shot*. Uji reabilitas *One Shot* dimana bisa dilaksanakan menggunakan SPSS dalam uji reliabilitas menggunakan uji *Conbach Alpha* (α). Jika nilai *Crsonbach Alpha* $> 0,70$, maka suatu variabel dapat diucapkan reliabel. Variabel tersebut tampaknya tidak reliabel jika nilai *Conbach Alpha* sebesar 0,70 menurut (Ghozali, 2018).

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Analisis untuk mengestimasi model regresi linier OLS untuk permasalahan hipotesis klasik ialah tes asumsi klasik. Riset disini dilakukan dengan tes normalitas, heteroskedastisitas dan multikolinearitas.

1. Uji Normalitas

Bertujuan memeriksa variabel residual dibentuk regresi pembagian normal. Model regresi yang baik memiliki distribusi data yang masuk akal atau mendekatinya. Cara umum untuk mengetes menggunakan tes statistik ialah uji Kolmogorov-Smirnov dengan kriteria : nilai signifikansi atau probabilitas $> 0,05$,

maka data berdistribusi normal, dan jika nilainya sig. atau probabilitas $< 0 > 0,10$ dan VIF $< 10 > 10$, maka terjadi kelipatan (Syafina, 2019).

2. Uji Heteroskedasitas

Ialah versi residu dimana tidak memenuhi syarat untuk keseluruhan pemeriksaana di model regresi. Cara melihat terdapat kelebihan varian residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya dalam suatu model regresi, maka digunakan Uji Heteroskedastisitas (Syafina, 2019). Pada metode *Glejser*, tanda-tanda heteroskedastisitas ditunjukkan dengan regresi terbalik antara nilai *absolute residual* dengan variabel independen. Jika masing-masing variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap *absolute residual* ($\alpha=0,05$) maka tidak terdapat tanda heteroskedastisitas pada model regresi (Ghozali & Latan, 2002).

3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas dirancang bertujuan melihat ada maupun tidak tanda multikolinearitas dengan menggunakan variance inflation factor (VIF) dan skor toleransi (Damiyana & Hamonangan, 2022). Pengujian multikolinearitas untuk mengetes suatu model regresi telah menemukan hubungan antar variabel independen (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak ada hubungan antar variabel independen (Ghozali, 2013). Pengujian multivariat dapat dilakukan dengan menggunakan nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Jika nilai *tolerance* $> 0,10$ dan VIF < 10 , maka tidak terjadi multikolinearitas. Begitu juga sebaliknya apabila nilai *tolerance* $< 0,10$ dan VIF > 10 , maka terjadi multikolinearitas (Syafina, 2019).

3.8.3 Uji ketepatan Model

Bertujuan menaksir keakuratan kegunaan regresi model saat mengukur jumlah sebenarnya. Pengujian akurasi model mampu dilaksanakan menggunakan tes-f dan tes koefisien determinasi:

1. Uji Koefisien Determinasi

Uji Koefisien Determinasi adalah penilaian kepada kesanggupan variabel bebas saat menerangkan variabel terikat. Sehingga terlihat pada besarnya koefisien perkalian (R^2). Bila R^2 yang didapatkan hasil perhitungan lebih besar atau mendekati 1, maka dapat dikatakan bahwa kontribusi variabel bebas terhadap variasi variabel terikat lebih besar. Artinya model yang digunakan menjadi semakin kuat dalam menjelaskan variabel dependen. Sebaliknya bila R^2 lebih kecil atau mendekati 0, maka dapat dikatakan bahwa kontribusi variabel bebas terhadap variasi variabel terikat lebih kecil. Artinya, model yang digunakan kurang mampu menjelaskan variasi variabel dependen. Secara umum dapat dikatakan bahwa besaran koefisien determinasi berganda (R^2) adalah dari 0 sampai dengan 1 atau $0 \leq R^2 \leq 1$. Nugroho, 2005 (Pane, et al., 2020).

2. Uji F

Uji F digunakan dalam analisis regresi linier berganda untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan atau bersama-sama Sujarweni, (2015) dalam (Pane, at al., 2020). Syarat uji-F adalah: Jika skor F-tabel yang dihitung adalah $F >$, hipotesis menyatakan bahwa variabel independen secara signifikan dan secara kolektif mempengaruhi variabel dependen (Kuncoro, 2013). Dengan nilai signifikansi $\alpha = 0,05$ (Ghozali, 2021).

3.8.4 Uji Statistik Deskriptif

Uji Statistik deskriptif memberikan gambaran tentang data rata-rata, standar deviasi, varians, maksimum, minimum, jumlah, rentang, kurtosis, dan kemiringan distribusi) (Syafina, 2019). Menurut Hasan 2001 dalam (Nasution, 2017) bahwa statistik deskriptif merupakan unsur dari statistik mendalami cara pengumpulan data dan penyampaian data sehingga mudah untuk dipahami.

3.8.5 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi adalah pengujian ketergantungan variabel dependen terhadap satu atau lebih variabel independen untuk memperkirakan atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen Gujarati 2013 dalam (Syafina, 2019).

Analisis regresi linier berganda menurut (Sugiyono, 2022) dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan pelanggan

X1 = e-service quality

X2 = food quality

X3 = diskon

α = konstanta

e = kesalahan regresi (*regression error*)

3.8.6 Uji Hipotesis

Uji t atau lebih dikenal dengan subtes, adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan seberapa besar suatu variabel independen secara individual atau sebagian dapat menjelaskan variasi variabel dependen (Syafina, 2019). Jika nilai t dihitung $> t$ tabel dan nilai Sig. $t < \alpha = 0,05$ dapat disimpulkan bahwa dalam beberapa kasus variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Jika nilai t hitung $< t$ tabel dan nilai Sig. $t > \alpha = 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa beberapa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Penelitian

Gofood merupakan layanan pesan antar makanan di Indonesia dan telah melampaui layanan pesan antar lainnya karena telah menggandakan jumlah transaksi Gofood menjadi lebih dari 50 juta transaksi di Asia Tenggara setiap bulannya. Gofood sudah beroperasi sejak April 2015, namun perkembangan fitur Gofood belum semulus saat ini, saat berita dan pesan antar makanan belum begitu populer.

4.2. Karakteristik Responden

Analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui karakteristik responden. Profil dari responden meliputi usia, jenis kelamin, dan asal kota/kota.

4.2.1. Deskripsi Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan hasil penelitian dan informasi jenis kelamin responden diperoleh informasi sebagai berikut:

Tabel 4. 1
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	18	17,1%
Wanita	87	82,9%
Jumlah	105	100%

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa terdapat responden laki-laki dengan persentase 17,1% dan 87 responden perempuan dengan persentase 82,9%.

Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden adalah perempuan.

4.2.2. Deskripsi Pendapatan Per Bulan Responden

Berdasarkan hasil penelitian dan informasi yang diperoleh, penghasilan responden per bulan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Pendapatan Per Bulan Responden

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Rp500.00,-	63	60,0%
> Rp. 500.000,- s.d. Rp. 1.000.000,-	35	33,3%
> Rp. 1.000.000,- s.d. Rp. 5.000.000,-	7	6,7%
> Rp. 5.000.000,- s.d. Rp. 10.000.000,-	-	-
> Rp.10.000.000,-	-	-
Jumlah	105	100%

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa responden yang mengikuti penelitian ini adalah responden yang berpenghasilan > Rp. 500,00 - sampai dengan 63 orang dengan persentase 60,0% pendapatan responden > Rp. SD Rp. 500.000. 1.000.000,- lebih. kepada 35 orang dengan porsi 33,3 persen, responden dengan penghasilan > 1.000.000 rupiah, - SD 5.000.000 rupiah, - sebanyak 7 orang dengan porsi 6,7 persen. Dengan demikian dapat diketahui bahwa sebagian besar responden merupakan responden yang pendapatannya < Rp500,00.

4.2.3. Deskripsi Domisili Kecamatan Responden

Berdasarkan hasil penelitian dan data yang telah diolah, maka diperoleh data tentang domisili kecamatan responden sebagai berikut:

Tabel 4.3
Domisili Kecamatan Responden

Asal Kecamatan	Jumlah	Persentase
Baki	8	7,6%
Bendosari	5	4,8%
Bulu	1	1%
Gatak	8	7,6%
Grogol	9	8,6%
Kartasura	51	48,6%
Mojolaban	6	5,7%
Nguter	2	1,9%
Polokarto	3	2,9%
Sukoharjo	9	8,6%
Tawang Sari	2	1,9%
Weru	1	1%
Jumlah	105	100%

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang berasal dari kecamatan Baki berjumlah 8 orang dengan presentase 7,6%, responden yang berasal dari kecamatan Bendosari berjumlah 5 orang dengan presentase 4,8%, responden yang berasal dari kecamatan Bulu berjumlah 1 orang dengan presentase 1%, responden yang berasal dari kecamatan Gatak berjumlah 8 orang dengan presentase 7,6%, responden yang berasal dari kecamatan Grogol berjumlah 9 orang dengan presentase 8,6%, responden yang berasal dari kecamatan Kartasura berjumlah 51 orang dengan presentase 48,6%, responden yang berasal dari kecamatan Mojolaban berjumlah 6 orang dengan presentase 5,7%, responden yang berasal dari kecamatan Nguter berjumlah 2 orang dengan presentase 1,9%, responden yang berasal dari kecamatan Polokarto berjumlah 3 orang dengan presentase 2,9%, responden yang berasal dari kecamatan Sukoharjo berjumlah 9

orang dengan presentase 8,6%, responden yang berasal dari kecamatan Tawang Sari berjumlah 2 orang dengan presentase 1,9%, responden yang berasal dari kecamatan Weru berjumlah 1 orang dengan presentase 1%. Sehingga responden terbanyak berasal dari kecamatan Kartasura.

4.2.4. Deskripsi Frekuensi Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian dan informasi yang diperoleh, ditentukan data pekerjaan responden sebagai berikut:

Tabel 4.4
Frekuensi Pembelian Responden

Frekuensi Pembelian	Jumlah	Persentase
1 kali	-	-
2-3 kali	45	42,9%
4-6 kali	21	20,0%
> 6 kali	39	37,1%
Jumlah	105	100%

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa responden yang mengikuti penelitian ini adalah responden dari frekuensi pembelian 2-3 kali lebih banyak dari 45 orang dengan persentase 42,9%, responden dengan frekuensi pembelian 4-6 kali 21 orang dengan persentase 20,0% dan responden dengan frekuensi pembelian >6 kali 39 orang dengan persentase 37,1% . Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden adalah responden yang frekuensi pembeliannya 2-3 kali.

4.3. Uji Instrumen Penelitian

4.3.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur validitas suatu item dalam kuesioner (Syafina, 2019). Inti dari keputusannya adalah apakah $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada tingkat signifikansi $p < 0,05$ berarti semua item dalam pernyataan dianggap valid (Imam, 2013).

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
<i>E-Service Quality</i>	X1.1	0,814	0,1918	Valid
	X1.2	0,821	0,1918	Valid
	X1.3	0,846	0,1918	Valid
	X1.4	0,665	0,1918	Valid
	X1.5	0,878	0,1918	Valid
<i>Food Quality</i>	X2.1	0,835	0,1918	Valid
	X2.2	0,870	0,1918	Valid
	X2.3	0,668	0,1918	Valid
	X2.4	0,826	0,1918	Valid
	X2.5	0,895	0,1918	Valid
	X2.6	0,746	0,1918	Valid
Diskon	X3.1	0,920	0,1918	Valid
	X3.2	0,904	0,1918	Valid
	X3.3	0,811	0,1918	Valid
Kepuasan Pelanggan	Y1	0,777	0,1918	Valid
	Y2	0,755	0,1918	Valid
	Y3	0,775	0,1918	Valid
	Y4	0,840	0,1918	Valid
	Y5	0,787	0,1918	Valid
	Y6	0,845	0,1918	Valid
	Y7	0,862	0,1918	Valid

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 26

Dari tabel di atas dapat diketahui nilai r_{tabel} dengan rumus $Df = n-2$ ($105-2 = 103$) dengan signifikansi 0,05 diperoleh hasil r_{tabel} 0,1918. Dari hasil analisis

validitas di atas diketahui bahwa semua variabel nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, hal ini menunjukkan bahwa semua unsur pernyataan dianggap valid. Artinya semua item kuesioner dapat mengukur variabel bebas yaitu *e-service quality*, *food quality* dan diskon dan variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan.

4.3.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua item pernyataan merupakan ukuran yang reliabel dan memiliki konsistensi pemahaman responden terhadap instrumen penelitian ditinjau dari variabel (Mufarrikoh, 2020). Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan mengukur nilai Cronbach alpha. Jika nilai alpha *Cronbach* $> 0,7$ maka dapat dinyatakan reliabel (Ghozali, 2018).

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Standar Reliabel	Keterangan
<i>E-Service Quality</i>	0,862	0,7	Reliabel
<i>Food Quality</i>	0,890	0,7	Reliabel
Diskon	0,850	0,7	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,906	0,7	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 26

Hasil uji yang ditunjukkan pada tabel di atas ialah nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,7 sehingga semua variabel dinyatakan reliabel.

4.4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengevaluasi model dari regresi linier OLS (Ordinary Least Squares) dengan masalah klasik. Uji ini meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

4.4.1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk untuk memeriksa apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual berdistribusi normal. Cara memeriksa normalitas dengan uji statistik adalah uji Kolmogorov-Smirnov dengan kriteria jika nilainya sig atau probabilitas $> 0,05$ maka data berdistribusi normal dan jika nilainya sig. atau probabilitas $< 0,05$, data tidak berdistribusi normal (Syafina, 2019).

Tabel 4.7
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		105
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.37022662
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.056
	Negative	-.068
Test Statistic		.068
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan pada tabel di atas dapat dapat diketahui bahwa Asymp. sig. (bilateral) adalah 0,200. Hal ini menunjukkan bahwa Asymp. sig. (dua sisi) nilai $p > 0,05$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data dari penelitian ini untuk persamaan regresi berdistribusi normal.

4.4.2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi yang digunakan terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Syafina, 2019). Jika varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap, maka disebut homokedastisitas; jika berbeda, disebut heteroskedastisitas (Ghozali & Latan, 2002).

Tabel 4. 8
Hasil Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.537	1.192		2.128	.036
	E-service quality	.064	.082	.114	.775	.440
	Food quality	-.041	.062	-.098	-.657	.513
	Diskon	-.086	.087	-.122	-.991	.324

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai sig pada variabel *e-service quality* sebesar 0,440 yang berarti lebih besar dari 0,05 ($\text{sig} > 0,05$), nilai sig pada variabel *food quality* sebesar 0,513 yang berarti lebih besar dari 0,05 ($\text{sig} > 0,05$) dan nilai sig pada variabel diskon sebesar 0,324 yang berarti lebih besar dari 0,05 ($\text{sig} > 0,05$). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa dalam persamaan regresi tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

4.4.3. Multikolinearitas

Uji multikolinieritas untuk menguji korelasi antar variabel independen dalam model regresi (Imam, 2013). Kriteria uji multikolinearitas, nilai toleransi $>0,10$ dan $<$; VIF 10 tidak memiliki multikolinearitas (Syafina, 2019).

Tabel 4. 9
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	e-service quality	.452	2.213
	food quality	.440	2.274
	Diskon	.636	1.571

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan pada tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai tolerance pada variabel *e-service quality* sebesar 0,452 dengan nilai VIF sebesar 2,213. Nilai tolerance pada variabel *food quality* sebesar 0,440 dengan nilai VIF sebesar 2,274. Nilai tolerance pada variabel diskon sebesar 0,636 dengan nilai VIF sebesar 1,571. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai tolerance $> 0,01$ dan nilai VIF < 10 , Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa dalam persamaan regresi tidak terdapat gejala multikolinieritas.

4.5. Uji Ketetapan Model

Uji kecocokan model atau uji kelayakan model digunakan untuk mengukur keakuratan fungsi regresi sampel saat mengukur nilai sebenarnya.

4.5.1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk melihat daya penjas variabel dependen terhadap variabel independen, yang dapat dilihat dari besarnya kelipatan koefisien determinasi. Secara umum dapat dikatakan bahwa besaran koefisien determinasi berganda (R^2) berada diantara 0 dan 1 atau $0 \leq R^2 \leq 1$ Nugroho, 2005 dalam (Pane, Rahmah, & Ritonga, 2020).

Tabel 4. 10
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R Square)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.808 ^a	.653	.643	2.405

a. Predictors: (Constant), diskon, e-service quality, food quality

Sumber: data Primer diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan pada tabel di atas menunjukkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,643 atau 64,3% yang berarti variabel *e-service quality*, *food quality* dan diskon memberi pengaruh sebesar 64,3% terhadap kepuasan pelanggan. 35,7% berada pada faktor lain diluar penelitian.

4.5.2. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan atau bersama-sama. Kaidah uji F adalah jika nilai F hitung $>$ F tabel, maka hipotesis yang diajukan adalah variabel independen berpengaruh signifikan dan secara bersama-sama mempengaruhi variabel terikat. (Kuncoro, 2013). Dengan nilai siginifikansi $\alpha = 0,05$ (Ghozali, 2021).

Tabel 4. 11
Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1101.159	3	367.053	63.451	.000 ^b
	Residual	584.269	101	5.785		
	Total	1685.429	104			

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

b. Predictors: (Constant), diskon, e-service quality, food quality

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan grafik di atas terlihat bahwa F hitung adalah 63.451. Sedangkan nilai F tabel adalah 3,93 diambil dari df1 (jumlah variabel - 1) yang mana ada 4 variabel ($4 - 1 = 3$) dan df2 ($N - \text{jumlah variabel}$) yang mana jumlah sampel ada 105 ($105 - 3 = 102$) jadi diperoleh f tabel ialah 2,69 (baris 102 dan kolom 2). Kriteria pengambilan keputusan : H_0 diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan signifikan $< 0,05$. Sedangkan Sehingga dari hasil tersebut diperoleh hasil pada F_{hitung} 63,451 dan $F_{tabelnya}$ 2,69 atau F_{hitung} 63,451 $> F_{tabelnya}$ 2,69. Nilai signifikannya 0,05 dan dari hasil di atas diperoleh hasil 0,00 yang mana $0,00 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa variabel independen *e-service quality*, *food quality* dan diskon secara signifikan dan bersama-sama mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan.

4.6. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif berbagi gagasan rata-rata data, standar deviasi, varians, maksimum, minimum, jumlah, rentang, kurtosis, dan distribusi miring) (Syafina, 2019). Menurut Hasan 2001 dalam (Nasution, 2017) bahwa statistik deskriptif

merupakan unsur dari statistik mendalami cara pengumpulan data dan penyampaian data sehingga mudah untuk dipahami.

Tabel 4. 12
Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
e-service quality	105	14.00	25.00	20.5048	2.79121
food quality	105	16.00	30.00	24.2000	3.71949
Diskon	105	6.00	15.00	12.4857	2.22362
kepuasan pelanggan	105	20.00	35.00	28.7143	4.02567
Valid N (listwise)	105				

Berdasarkan tabel 4.6 di atas menunjukkan bahwa N (jumlah data yang valid) sebanyak 105. Dari data 105 data sampel e-service quality (X1) nilai minimum sebesar 14, nilai maximum sebesar 25 dengan nilai mean sebesar 20 dan nilai standar deviasi sebesar 2. Hal tersebut membuktikan bahwa penyebaran nilai yang merata dan tidak terjadi penyimpangan karena nilai mean yang lebih besar dari nilai standar deviasi.

Dari data 105 data sampel *food quality* (X2) nilai minimum sebesar 16, nilai maximum sebesar 30 dengan nilai mean sebesar 24 dan nilai standar deviasi sebesar 3 . Hal tersebut membuktikan bahwa penyebaran nilai yang merata dan tidak terjadi penyimpangan karena nilai mean yang lebih besar dari nilai standar deviasi.

Dari data 105 data sampel diskon (X3) nilai minimum sebesar 6, nilai maximum sebesar 15 dengan nilai mean sebesar 12 dan nilai standar deviasi sebesar 2. Hal tersebut membuktikan bahwa penyebaran nilai yang merata dan tidak terjadi penyimpangan karena nilai mean yang lebih besar dari nilai standar deviasi.

Dari data 105 data sampel kepuasan pelanggan (Y) nilai minimum sebesar 20, nilai maximum sebesar 35 dengan nilai mean sebesar 28 dan nilai standar deviasi sebesar 4. Hal tersebut membuktikan bahwa penyebaran nilai yang merata dan tidak terjadi penyimpangan karena nilai mean yang lebih besar dari nilai standar deviasi.

4.7. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi adalah studi tentang ketergantungan variabel dependen pada satu atau lebih variabel independen untuk tujuan memperkirakan atau memprediksi rata-rata populasi atau rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui Gujarati 2023 dalam (Syafina, 2019).

Tabel 4.13
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.845	1.828		2.650	.009
	e-service quality	.302	.126	.210	2.404	.018
	food quality	.579	.096	.535	6.055	.000
	Diskon	.293	.133	.162	2.206	.030

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Dari tabel 4.14 di atas, dimasukkan kedalam rumus persamaan regresi linier berganda seperti berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 4,290 + 0,226X_1 + 0,608X_2 + 0,404X_3$$

1. Konstanta sebesar 4,845 yang artinya pada saat nilai variabel independen (*e-service quality*, *food quality* dan diskon) sama dengan 0, maka tingkat kepuasan pelanggan sebesar 4,845.
2. Koefisien regresi *e-service quality* (X1) sebesar 0,302 yang artinya jika variabel *e-service quality* meningkat 1 angka, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,302. Dengan asumsi variabel lain konstan.
3. Koefisien regresi *food quality* (X2) sebesar 0,579 yang artinya jika variabel *food quality* meningkat 1 angka, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,579. Dengan asumsi variabel lain konstan.
4. Koefisien regresi diskon (X3) sebesar 0,293 yang artinya jika variabel diskon meningkat 1 angka, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,293. Dengan asumsi variabel lain konstan.

4.8. Uji Hipotesisi (uji t)

Uji-t terdiri menunjukkan sejauh mana variabel independen dapat secara individual atau sebagian menjelaskan variasi dalam variabel dependen (Syafina, 2019). Hipotesis diterima jika nilai signifikansi $< \alpha 0,05$ dan nilai t hitung $> t$ tabel maka dapat disimpulkan bahwa Variabel independen secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui nilai t tabel dengan cara menghitung $df = n-k-1 = 102$ dengan nilai probabilitas 0,05 sebesar 1,98350.

Tabel 4. 14
Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	4.845	1.828		2.650	.009
	e-service quality	.302	.126	.210	2.404	.018
	food quality	.579	.096	.535	6.055	.000
	Diskon	.293	.133	.162	2.206	.030

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan tabel di atas, nilai t hitung untuk variabel *e-service quality* adalah 2,404 dengan tingkat signifikansi 0,018. Dari hasil tersebut diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 2,404 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,98350 dan nilai signifikansi sebesar 0,018 lebih kecil dari nilai $\alpha = 0,05$. Dengan demikian, hipotesis 1 (H_1) terbukti/diterima. Variabel *e-service quality* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan tabel di atas, nilai t hitung untuk variabel *food quality* adalah 6,055 dengan tingkat signifikansi 0,000. Dari hasil tersebut diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 6,055 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,98350 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai $\alpha = 0,05$. Dengan demikian, hipotesis 1 (H_2) terbukti/diterima. Variabel *food quality* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan tabel di atas, nilai t hitung untuk variabel diskon adalah 2,206 dengan tingkat signifikansi 0,030. Dari hasil tersebut diketahui bahwa nilai t

hitung sebesar 2,206 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,98350 dan nilai signifikansi sebesar 0,030 lebih kecil dari nilai $\alpha = 0,05$. Dengan demikian, hipotesis 1 (H_3) terbukti/diterima. Variabel diskon berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4.9. Pembahasan Hasil Analisis Data

4.9.1 Pengaruh *E-Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan

E-service quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan berdasarkan uji t variabel *e-service quality* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan tabel t hitung $>$ t tabel sebesar $2,404 > 1,98350$ dengan nilai signifikansi $0,018 < 0,05$. Pada penelitian ini variabel *e-service quality* dengan indikator tangible goods, empathy, responsiveness, reliability dan assurance berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Indikator *e-service quality* yang paling banyak dipilih oleh pelanggan itu pada item pertanyaan Gofood memperhatikan secara pribadi sesuai keinginan saya dengan hasil 55,2 % atau 58 orang yang setuju dari total 105 responden. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju jika Gofood lebih memperhatikan pelanggan secara pribadi apa yang diinginkan (empati).

Kualitas pelayanan merupakan keinginan atas penanganan keunggulan dalam pemenuhan keinginan pelanggan sebagai tingkat keunggulan. Dimana kualitas penting karena dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk berlangganan atau beralih ke perusahaan lain, baik itu dari segi produk, jasa, manusia dan proses serta lingkungannya (Kumrotin & Susanti, 2021).

Dengan demikian hipotesis 1 (H1) diterima yaitu kualitas e-service berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini didukung oleh penelitian sebelumnya oleh (Tobagus, 2018) yang menunjukkan bahwa kualitas layanan elektronik berdampak positif terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, semakin baik kualitas layanan online, semakin meningkatkan kepuasan pelanggan.

4.9.2 Pengaruh *Food Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan

Food quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan berdasarkan uji t variabel *Food quality* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $6,055 > 1,98350$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Pada penelitian ini perubahan *Food quality* dengan indikator rasa, ukuran porsi, variasi menu, rasa spesial, higienitas atau kebersihan, dan inovasi mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Indikator *food quality* yang paling banyak dipilih oleh pelanggan itu pada item pertanyaan makanan yang disediakan di Gofood memiliki rasa yang sesuai dengan selera saya dengan hasil 49,5 % atau 52 orang yang setuju dari total 105 responden. Dapat dibuktikan bahwa pada pernyataan “Gofood menyediakan makanan sesuai dengan selera pelanggan” cenderung dijawab setuju oleh responden.

Kualitas makanan atau food quality menurut Menurut Ha dan Jang dalam Bae 2018 dalam (Binaraesa, Hidayat, & Lestariningsih, 2021) mengemukakan bahwa kualitas makanan diakui sebagai dimensi yang membuktikan kualitas sebuah kedai makan yang sangat penting. Gofood sebaiknya memperhatikan kualitas makanan yang dijual oleh UMKM mitra untuk memastikan makanan yang dijual

layak konsumsi mensyaratkan pendaftaran calon mitra UMKM antara lain izin usaha, sertifikat halal, sertifikat BPM (Satya & Yuliyanti, 2021).

Dengan demikian hipotesis 2 (H2) diterima yaitu food quality berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini didukung oleh penelitian (Carolina, 2019) yang menunjukkan bahwa food quality berdampak positif terhadap kepuasan pelanggan. Artinya semakin baik kualitas makanan maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan. .

4.9.3 Pengaruh Diskon terhadap Kepuasan Pelanggan

Diskon berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan berdasarkan uji-t Variabel diskon berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan t hitung $>$ t tabel sebesar $2,206 > 1,98350$ dengan nilai signifikansi $0,030 < 0,05$. Pada penelitian ini variabel diskon dengan frekuensi diskon, jumlah diskon dan waktu diskon berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. .

Indikator diskon yang paling banyak dipilih oleh pelanggan itu pada item pertanyaan saya membeli di Gofood karena melihat jangka waktu dalam pemberian diskon dengan hasil 39 % atau 41 orang yang setuju dari total 105 responden. Hal ini membuktikan bahwa responden setuju jika Gofood memberikan diskon itu ada jangka waktu tertentu.

Menurut Basu Swasta dan Ibnu Sukotjo 2007 dalam (Ibrahim, 2022), diskon adalah pemotongan dari harga sebelumnya. Transformasi atas suatu produk merupakan bagian dari faktor penting yang bisa mempengaruhi permohonan dan penawaran produk di suatu perusahaan.

Dengan demikian hipotesis 3 (H3) diterima yaitu diskon berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini didukung oleh penelitian (Cahyanti & Risti, 2022) yang menunjukkan bahwa diskon berdampak positif terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, semakin besar diskon, semakin baik kepuasan pelanggan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Menurut observasi dilakukan tentang pengaruh *e-service quality*, *food quality*, dan diskon terhadap kepuasan pelanggan terhadap layanan Gofood pada aplikasi penelitian Gojek untuk pelanggan pelajar atau mahasiswa di Sukoharjo, dapat ditarik kesimpulan seperti di bawah ini:

1. Hasil analisis regresi berganda diperoleh nilai koefisien untuk variabel *e-service quality* (X1) sebesar 0,032. Berdasarkan uji t diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $2,404 > 1,98350$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,018 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan *e-service quality* berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Hasil analisis regresi berganda diperoleh nilai koefisien untuk variabel *food quality* (X2) sebesar 0,579. Berdasarkan uji t diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $6,055 > 1,98350$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan *food quality* berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Hasil analisis regresi berganda diperoleh nilai koefisien untuk variabel diskon (X3) sebesar 0,293. Berdasarkan uji t diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $2,206 > 1,98350$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,030 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan diskon berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Di proses penulisan penelitian ini, ditemukan kekurangan, maka dari itu di penelitian ini mempunyai dependensi yaitu :

1. Subjek pengkajian disini adalah pelanggan Gofood pelajar / mahasiswa di Kabupaten Sukoharjo. Ada banyak kabupaten atau kota lain, akan tetapi dalam penelitian ini hanya Kabupaten Sukoharjo yang dituju sesuai dengan penelitian ini.
2. Fokus penelitian ini adalah pada variabel *e-service quality*, *food quality*, dan diskon.
3. Untuk menjaga agar potensi opini atau jawaban responden tidak terungkap secara nyata, maka penelitian ini dibatasi dengan menggunakan metode survei kusioner melalui google.
4. Hasil pengujian koefisien determinasi (R^2) di pengkajian disini memberikan nilai Adjusted R^2 sejumlah 0,643 yaitu kepuasan pelanggan hanya dipengaruhi oleh pada *e-service quality*, *food quality*, dan diskon sebesar 64,3%, selebihnya sejumlah 35,7% yang dikuasai oleh elemen yang sebelumnya dipertimbangkan dalam penelitian disini.

5.3 Saran

Usulan penulis yang bisa diutarakan bagi pihak-pihak yang berkepentingan tentang pengkajian disini menjadi dampak dari temuan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan hasil observasi disini bisa diangkat sebagai dasar pengambilan keputusan yang terkait dengan variabel *e-service quality*, *food quality* dan diskon terhadap kepuasan pelanggan. Diharapkan Gofood mampu meningkatkan *e-service quality*, *food quality* dan diskon jika ingin perusahaan berkembang dikemudian hari.
2. Ada keterbatasan dalam penelitian ini, termasuk di dalamnya ada wilayah cakupan dan penetapan variabel yang dijadikan faktor kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, peneliti berharap dipenelitian selanjutnya dapat menyempurnakan penelitian ini dan penelitian terdahulu dijadikan sebagai acuan untuk kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agussalim, S., & Jan, A. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Transportasi Online Go-Jek di Manado. *Jurnal Riset Ekonomi Manajemen Bisnis dan Akuntansi*, 6(4), 2318-2327.
- Astuti , Enny; Sintesa , Nika. (2020). Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Aplikasi Pesan Antar Makanan. *Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi*, 12(2), 154 - 158.
- Atmaja. (2018). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah . *Jurnal Ecodemica*, 49-63.
- Binaraesa, N., Hidayat, I., & Lestariningsih, M. (2021). Store Atmosphere Memoderasi Pengaruh Kualitas Makanan dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 61-68.
- Brey, P. (2018). The Strategic Role of Technology in A Good Society. *Journal Technology in Society*, 39-45.
- Cahyanti, M., & Risti, L. (2022). Pengaruh Diskon Dan Penilaian Produk Mie Gacoan Malang Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Gofood. *Jurnal Distribusi*, 10(1), 11-18.
- Carolina, Anita. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Makanan, Pada Kepuasan Konsumen K-Sushi. *Agora*, 7(2).
- Cisneros, C., Idris, I., Khan, L., & Manatong, G. (2020). Digital Inequality In The Appalachian Ohio : Understanding How Demographics, Internet Access, and Skills Can Shape Vital Information Use (VIU). *Journal Telematics and Informatics*, 1-49.
- Damiyana, D., & Hamonangan, D. (2022). Analisis Faktor Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Melalui Aplikasi Online. *Jurnal Lentera Bisnis*, 11(2), 109-118.
- Ekawati, N., & Rahmayanti, p. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas pelanggan Menggunakan Online Food Delivery Service Di Bali. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium*, 7(2), 125-138.
- Ekawati, R., Saroh, S., & Zunaida, D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Diskon Terhadap Minat Beli Di Restoran Saboten Shokudo Kecamatan Klojen Kota Malang. *Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis*, 9(1), 28-34.

- Ernawati, H., & Purwanti, D. (2021). Peningkatan Kualitas Pelayanan Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan Pizza Hai Dengan Menggunakan Aplikasi GoFood. *Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat (PAMAS)*, 5(2), 95-102.
- Faridah, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Berbelanja Online Pada Aplikasi Gofood. *Majalah Ilmiah Warta Dharmawangsa*, 16(2), 126-135.
- Febriana, R., Lufiana, D., & Rahayu, S. (2019). Hubungan Antara Kualitas Makanan Dengan Kepuasan Pelanggan Pengguna Layanan Pesan Antar Ojek Online (Studi Kasus Di Kantin Bunda, Karawang). *Jurnal Sains Boga*, 2(1), 1-37.
- Ferdinand. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 25*. UNDIP.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Universitas Diponegoro.
- Giningroem, D., Setyawati, N., Ulmaghfiroh, N., & Vikaliana, R. (2021). Peran Price Discount Dalam Memoderasi Pengaruh Social Media Marketing dan Product Knowledge Terhadap Purchase Intention Produk Visval Bags. *Jurnal Abirawa*, 2(2), 49-59.
- Ginting, F., Sembiring, M., & Sitepu, I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Price Discount Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Reddoorz Mikie Holiday Berastagi. *Jurnal Regionomic*, 4(1), 35-43.
- Gofur, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Kosumen. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 4(1), 37-44.
- Guaningrat, R., Haryadi, A., Nanggala, A., & Prayogo, F. (2021). *Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan, Harga, dan Brand Image dalam Membangun Kepuasan Konsumen Pada Restoran Ini Baru Steak Boyolali*. Sukoharjo: Seminar Nasional & Call For Paper Husbintek.
- Handayani, K., & Nuryani, N. (2022). Pengaruh Citra Toko, Diskon Harga dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan pada UD Pande Kertiasih di Desa Sawan, Kecamatan Sawan. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(4), 1953-1960.

- Haro, A., Rahmadhina, B., & Rizan, M. (2019). Pengaruh Perceived Ease of Use dan Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Dengan Trust Sebagai Intervening (Studi Kasus Pada Pengguna Grab di Wilayah Jakarta). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 10(2), 337-355.
- Hikmawati, A., & Megawat, L. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Potongan Harga Terhadap Kepuasan survey Pada Follower Akun Instagram @gofoodindonesia). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(16), 49-60.
- Hutagalung, J., Simanungkalit, R., & Sinaga, N. (2023). Pengaruh Diskon dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV.Mitra Cahaya Nauli Pandan. *Jurnal Mahasiswa*, 5(1), 1-12.
- Ibrahim, K. (2022). Analisis Pengaruh Diskon dan Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Layanan Jasa Grab Food pada Masa Pandemi. *Journal of Management & Business*, 5(2), 395-403.
- Imam, G. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Malang: Yogyakarta Badan Penerbit Undip.
- Imam, G., & Hengky, L. (2002). *Partial Least Square, Konsep, Teknik dan Aplikasi Smart PLS 2.0 M3*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Insani, & Madiawati. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, harga dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan GoFood di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi)*, 4(3), 112-122.
- Insani, N., & Madiawati, P. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan GoFood di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi)*, 4(3), 112-122.
- 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.
- Jaya, I. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Komala, C., Norisanti, N., & Ramdan, A. (2019). Analisis Kualitas Makanan dan Perceived Value Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Industri Rumah Makan. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen dan Kewirausahaan*, 3(2), 58-64.
- Kumrotin, E., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Kualitas Prosuk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ko.We.Cok di Solo. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 6(1), 1-13.

- Kunadi, E., & Wuisan, D. (2021). Pengaruh E-Service Quality dan Food Quality Terhadap Customer Loyalty Pengguna Gofood Indonesia Yang Dimediasi Oleh Perceived Value dan Customer Satisfaction. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 8(1), 141-162.
- Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi* (W. Hardani (ed.); 4th ed.). Penerbit Erlangga.
- Mahmud, A. (2023). Analisis Pengaruh Promosi Digital dan Kualitas Layanan Aplikasi Go-Food Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah*, 6(1), 258-271.
- Massie, J., Tawas, H., & Worotikan, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Makanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Ikan Bakar Kinamang. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen Bisnis dan Akuntansi*, 9(3), 1277-1285.
- Muanandar, A. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung : Media Sains Indonesia.
- Mufarrikoh, Z. (2020). *Statistika Pendidikan (Konsep Sampling dan Uji Hipotesis)*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing.
- Nasution, L. M. (2017). Statistik Deskriptif. *Jurnal Hikmah*, 14(1), 49-55.
- Nugroho, A., Roswinanto, W., & Siemaputra, M. (2022). Antecedent Niat Pembelian Dalam Aplikasi Online Food Delivery Services: Pengembangan Model Kaur. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 16(2), 96-103.
- Pane, D., Rahmah, C., & Ritonga, H. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Honda IDK 2 Medan. *Jurnal Manajemen Tools*, 12(2), 30-44.
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books.
- Rahmah, C. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Honda IDK 2 Medan. *Jurnal Manajemen Tools*, 12(2), 30-44.
- Raina, A., Rana, V., & Thakur, A. (2019). Popularity of Online Food Ordering and Delivery Service a Comparative Study Between Zomato, Swiggy and Uber Eats in Ludhiana. *International Journal of Management Technology and Engineering*, 9(3), 6080-6088.

- Rashid, A., & Rokade, V. (2019). Service Quality Influence Customer Satisfaction and Loyalty : A Study in Organized Food and Grocery Reatil. *Journal of Social Sciences*, 3(1), 50-61.
- Santoso, A. V. (2020). Analisis Pengaruh Digital Marketing terhadap Repeat Purchase dengan Customer Engagement dan Customer Experience Sebagai Variabel Intervening pada Layanan Pesan-Antar Makanan Go-Food di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(2), 1-12.
- Satya, I., & Yuliyanti, B. (2021). Pengaruh E-service Quality, Food Quality, dan Costumer Satisfaction Melalui Perceived Value terhadap Behavioral Intention pada Pelanggan Gofood di Wilayah DKI Jakarta. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 19(4), 314-326.
- Septiani, R. (2020). Pengaruh E-Service Quality, Persepsi Harga, dan Promosi Penjualan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Jasa Transportasi Online Gojek di Yogyakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 98-108.
- Setyo, P. E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen "Best Autoworks". *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(6), 755-764.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumartik, & Umami, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Warsu Coffe Cafe. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, 15(2), 250-257.
- Syafina, L. (2019). *Metode Penelitian Akuntansi Pendekatan Kuantitatif*. Sumatra Utara: FEBI UIN-SU Press.
- Tobagus, A. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Statifaction Pada Pengguna di Situs Tokopedia. *Agora*, 6(1), 1-165.
- Wahyudi, S. (2017). Pengaruh price Discount Terhadap Impulse Buying. *Jurnal Valuta*.
- Yoeliastuti, F. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Berbelanja Online pada Aplikasi Gofood. *Jurnal Warta Dharmawangsa*, 16(2), 126-135.

LAMPIRAN

No	Bulan Kegiatan	Maret				April				Mei				Juni				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Penyusunan Proposal																	
2	Konsultasi																	
3	Pendaftaran Proposal																	
4	Ujian Proposal																	
5	Revisi Proposal	X																
6	Pengumpulan Data		X	X														
7	Analisis Data			X	X													
8	Pendaftaran Munaqosah					X												
9	Ujian Munaqosah									X								
10	Revisi Skripsi										X							

Lampiran 2
Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth:
Saudara/i Responden Pelajar / Mahasiswa di Kabupaten Sukoharjo

Assalammu'alaikum Wr Wb.

Saya Yuyun Wigati, mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Mas Said Surakarta saat ini sedang melakukan penelitian untuk skripsi saya yang berjudul “Pengaruh E-service Quality, Food Quality, dan Diskon Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Layanan Gofood di Aplikasi Gojek (Studi pada Pelanggan Gofood Pelajar / Mahasiswa di Sukoharjo)”

Segala informasi yang diberikan dalam kuesioner ini hanya untuk kepentingan penelitian semata dan akan dijaga kerahasiannya. Oleh karena itu, saya meminta kesediaan saudara/i untuk dapat meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini dengan tepat dan teliti. Atas perhatian dan partisipasinya saya mengucapkan banyak terimakasih.

Wassalammu'alaikum Wr.Wb.

1. Petunjuk Pengisian

Pada pertanyaan-pertanyaan dibawah ini, anda hanya diperkenankan memilih satu dari beberapa jawaban. Beri tanda (V) pada jawaban yang anda pilih.:

SS: Sangat setuju = skor 5

S: Setuju = skor 4

N : Netral = skor 3

TS :Tidak Setuju = skor 2

STS :Sangat Tidak setuju = skor 1

Keterangan:

STS : Sangat Tidak Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

SS : Sangat Setuju

N : Netral

2. Identitas Responden

Nama Responden :

Jenis kelamin: Laki – laki Perempuan

Pendapatan per bulan :

< Rp500.00,-

> Rp. 500.000,- s.d. Rp. 1.000.000,-

> Rp. 1.000.000,- s.d. Rp. 5.000.000,-

> Rp. 5.000.000,- s.d. Rp. 10.000.000,-

> Rp. 10.000.000,-

Domisili kecamatan :

- Baki
- Bendosari
- Bulu
- Gatak
- Grogol
- Kartasura
- Mojolaban
- Nguter
- Polokarto
- Sukoharjo
- Tawang Sari
- Weru

Frekuensi pembelian :

- 1 Kali
- 2-3 Kali
- 4-6 Kali
- > 6 Kali

E-Service Quality

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Penampilan driver Gofood rapi					
2.	Gofood memperhatikan secara pribadi sesuai keinginan saya					
3.	Gofood menangani keluhan saya dengan baik					

4.	Gofood memberikan pelayanan tepat waktu sesuai yang dijanjikan					
5.	Gofood memberikan jaminan dalam bertransaksi					

Food Quality

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
6.	Makanan yang disediakan di Gofood memiliki rasa yang sesuai dengan selera saya					
7.	Makanan di Gofood sesuai dengan standar porsi					
8.	Makanan di Gofood mempunyai variasi jenis yang bermacam-macam					
9.	Makanan di Gofood mempunyai cita rasa yang khas					
10.	Makanan di Gofood memenuhi standar kebersihan					
11.	Makanan di Gofood selalu ada inovasi makanan baru					

Diskon

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
12.	Saya membeli di Gofood karena sering memberikan diskon					
13.	Saya membeli di Gofood karena melihat adanya besaran diskon					
14.	Saya membeli di Gofood karena melihat jangka waktu dalam pemberian diskon					

Kepuasan pelanggan

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
15.	Gofood memberikan pelayanan yang baik sesuai harapan saya					
16.	Saya ingin terus menggunakan layanan Gofood					
17.	Saya merekomendasikan kepada teman atau kerabat untuk menggunakan Gofood					
18.	Saya merasa senang atas kualitas layanan yang diberikan oleh Gofood					

19.	Gofood mempunyai reputasi yang baik di mata saya					
20.	Saya merasa puas atas loyalitas jasa yang diberikan oleh Gofood					
21.	Saya bisa menjangkau lokasi makanan yang saya pesan ketika sedang memesan di Gofood					

Lampiran 3

Data Karakteristik Responden

No	Umur	Jenis Kelamin	Pekerjaan	Domisili Kecamatan tinggal
1	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Kartasura
2	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Sukoharjo
3	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Grogol
4	17-24	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Kartasura
5	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Gatak
6	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Kartasura
7	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Kartasura
8	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Kartasura
9	17-24	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Kartasura
10	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Kartasura
11	17-24	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Kartasura
12	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Tawang Sari
13	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Bendosari
14	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Kartasura
15	17-24	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Kartasura
16	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Kartasura
17	17-24	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Gatak
18	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Grogol
19	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Kartasura
20	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Kartasura
21	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Kartasura
22	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Kartasura
23	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Kartasura
24	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Kartasura
25	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Baki
26	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Baki
27	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Kartasura
28	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Kartasura
29	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Sukoharjo
30	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Grogol
31	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Kartasura
32	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Kartasura
33	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Nguter
34	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Bendosari
35	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Kartasura

36	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Kartasura
37	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Kartasura
38	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Sukoharjo
39	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Kartasura
40	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Kartasura
41	17-24	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Kartasura
42	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Bendosari
43	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Kartasura
44	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Baki
45	17-24	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Sukoharjo
46	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Kartasura
47	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Kartasura
48	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Kartasura
49	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Bulu
50	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Gatak
51	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Kartasura
52	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Kartasura
53	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Kartasura
54	17-24	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Kartasura
55	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Kartasura
56	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Bendosari
57	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Sukoharjo
58	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Mojolaban
59	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Kartasura
60	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Grogol
61	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Kartasura
62	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Kartasura
63	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Mojolaban
64	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Kartasura
65	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Mojolaban
66	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Baki
67	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Kartasura
68	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Tawang Sari
69	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Weru
70	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Kartasura

71	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Gatak
72	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Grogol
73	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Kartasura
74	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Mojolaban
75	17-24	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Kartasura
76	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Kartasura
77	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Polokarto
78	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Gatak
79	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Sukoharjo
80	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Grogol
81	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Polokarto
82	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Grogol
83	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Baki
84	17-24	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Kartasura
85	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Sukoharjo
86	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Mojolaban
87	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Nguter
88	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Sukoharjo
89	17-24	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Sukoharjo
90	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Kartasura
91	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Polokarto
92	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Gatak
93	17-24	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Kartasura
94	17-24	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Baki
95	17-24	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Grogol
96	17-24	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Baki
97	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Kartasura
98	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Gatak
99	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Bendosari
100	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Gatak
101	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Kartasura
102	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Mojolaban
103	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Baki
104	17-24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Grogol
105	17-24	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Kartasura

Lampiran 4

Hasil Tabulasi Data Penelitian

Tabulasi Data Kuesioner Variabel *E-Service Quality* (X1)

No	EQ					Total X1
	X.1.1	X.1.2	X.1.3	X.1.4	X.1.5	
1	5	4	5	4	4	22
2	5	5	5	5	5	25
3	4	4	4	4	4	20
4	5	4	4	3	3	19
5	3	3	3	2	3	14
6	3	4	4	4	4	19
7	4	4	5	3	4	20
8	3	4	4	4	3	18
9	3	4	3	3	4	17
10	5	5	5	5	5	25
11	5	5	4	4	5	23
12	4	4	4	4	4	20
13	4	5	5	5	5	24
14	4	5	5	3	4	21
15	4	4	4	4	4	20
16	5	5	5	5	5	25
17	3	4	4	4	4	19
18	4	5	5	4	5	23
19	4	4	5	5	5	23
20	4	4	4	4	4	20
21	5	5	5	5	5	25
22	3	2	3	4	3	15
23	3	3	3	4	4	17
24	4	4	4	4	5	21
25	4	4	3	4	4	19
26	3	4	3	3	3	16
27	4	3	3	5	3	18
28	4	4	3	5	4	20
29	4	3	4	5	4	20
30	5	5	5	5	5	25
31	4	4	3	4	4	19
32	3	4	3	3	3	16

33	3	3	3	3	4	16
34	4	4	4	4	4	20
35	5	5	5	5	5	25
36	3	3	3	4	4	17
37	4	3	3	3	4	17
38	5	4	5	5	2	21
39	5	4	4	4	5	22
40	5	5	5	5	5	25
41	5	5	4	4	5	23
42	4	3	2	3	4	16
43	3	3	4	4	3	17
44	4	4	4	4	4	20
45	3	3	4	3	4	17
46	5	5	5	5	5	25
47	4	4	4	4	4	20
48	4	5	3	5	4	21
49	4	4	3	4	3	18
50	4	4	3	4	4	19
51	5	5	5	4	4	23
52	4	4	4	4	4	20
53	4	4	4	4	4	20
54	3	3	3	3	3	15
55	3	3	3	3	4	16
56	5	4	4	5	5	23
57	3	4	3	4	5	19
58	4	4	3	4	4	19
59	4	4	4	3	4	19
60	5	4	5	5	5	24
61	4	4	4	4	4	20
62	3	4	3	5	3	18
63	2	4	4	4	4	18
64	3	4	4	5	4	20
65	5	5	5	5	4	24
66	4	4	3	4	3	18
67	4	5	4	5	4	22
68	4	4	5	5	5	23
69	4	5	5	5	5	24

70	4	4	4	4	5	21
71	5	5	5	5	5	25
72	4	4	4	5	5	22
73	4	3	5	5	5	22
74	4	5	5	5	4	23
75	3	4	5	4	5	21
76	3	3	4	5	5	20
77	4	3	3	3	3	16
78	4	4	4	5	4	21
79	4	5	5	5	5	24
80	4	4	3	3	4	18
81	3	4	4	4	3	18
82	5	5	4	5	5	24
83	5	4	4	5	4	22
84	5	4	4	4	5	22
85	3	4	4	4	4	19
86	4	3	5	4	4	20
87	4	3	3	4	4	18
88	4	4	3	4	5	20
89	5	4	5	5	5	24
90	4	5	4	4	5	22
91	4	4	5	5	5	23
92	4	4	4	4	4	20
93	4	4	4	4	4	20
94	5	5	5	5	5	25
95	4	4	3	3	3	17
96	5	3	4	5	5	22
97	5	5	5	5	5	25
98	5	5	5	5	5	25
99	4	4	4	4	4	20
100	3	4	3	4	4	20
101	3	4	3	5	4	19
102	5	5	4	4	4	22
103	4	4	5	5	4	22
104	4	4	3	4	4	19
105	4	3	4	5	4	20

Tabulasi Data Kuesioner *Food Quality* (X2)

No	FQ						Total X2
	X.2.1	X.2.2	X.2.3	X.2.4	X.2.5	X.2.6	
1	5	4	5	3	4	5	26
2	5	5	5	5	5	5	30
3	5	5	5	5	5	5	30
4	2	2	4	2	3	4	17
5	3	3	2	3	3	2	16
6	4	4	5	2	3	4	22
7	4	5	4	5	4	5	27
8	4	4	4	3	4	4	23
9	4	4	4	3	4	3	22
10	5	5	5	5	5	5	30
11	4	5	5	4	5	5	28
12	4	4	4	4	4	4	24
13	5	5	4	4	4	4	26
14	3	4	5	3	4	4	23
15	3	3	3	3	3	4	19
16	5	5	5	5	5	5	30
17	3	4	5	3	4	4	23
18	4	4	3	2	3	4	20
19	4	4	4	4	4	5	25
20	4	4	4	4	4	4	24
21	5	5	5	5	5	5	30
22	3	3	4	3	3	3	19
23	4	4	4	4	4	4	24
24	4	5	5	5	5	4	28
25	3	3	5	3	4	4	22
26	4	4	5	3	3	3	22
27	4	5	5	3	5	3	25
28	5	5	5	3	4	5	27
29	4	3	5	3	4	5	24
30	5	5	5	5	5	5	30
31	4	4	5	3	4	4	24
32	3	3	3	3	3	3	18

33	4	4	4	3	4	4	23
34	3	4	4	3	4	3	21
35	5	5	5	4	5	5	29
36	3	3	4	2	4	4	20
37	3	4	4	3	3	4	21
38	4	5	5	4	5	4	27
39	5	5	5	4	5	4	28
40	5	5	5	5	5	5	30
41	5	4	4	4	5	4	26
42	3	4	5	4	3	3	22
43	3	3	4	3	4	4	21
44	4	4	4	4	4	4	24
45	4	4	5	4	5	5	27
46	5	5	5	5	5	5	30
47	4	4	4	4	4	3	23
48	4	4	5	3	4	5	25
49	4	4	4	4	4	4	24
50	5	4	5	3	3	4	24
51	5	4	5	5	4	5	28
52	4	4	4	4	4	4	24
53	4	4	4	4	4	4	24
54	3	3	3	3	3	3	18
55	3	3	4	3	4	3	20
56	5	5	5	5	5	4	29
57	4	4	5	5	4	5	27
58	2	2	4	2	3	4	17
59	4	4	5	3	4	3	23
60	4	5	5	4	5	5	28
61	4	4	4	4	4	4	24
62	4	3	5	4	4	3	23
63	4	4	4	4	4	4	24
64	4	4	5	3	3	3	22
65	4	5	5	3	4	4	25
66	3	3	4	4	3	4	21
67	4	5	4	5	4	5	27
68	5	5	5	5	5	5	30
69	4	4	4	4	4	4	24
70	4	4	4	4	4	4	24
71	5	5	5	5	5	5	30

72	3	3	4	3	3	3	19
73	5	5	5	4	5	5	29
74	4	4	4	2	4	4	22
75	4	4	4	4	5	4	25
76	3	3	5	3	3	3	20
77	4	3	4	2	3	3	19
78	5	4	5	5	5	4	28
79	5	4	5	5	5	5	29
80	4	4	4	3	4	4	23
81	4	4	4	2	3	3	20
82	4	4	5	4	4	5	26
83	3	5	5	3	3	5	24
84	4	4	4	3	4	4	23
85	4	3	4	2	3	4	20
86	4	4	4	3	3	3	21
87	3	4	5	2	4	4	22
88	4	3	5	3	4	3	22
89	4	4	5	4	5	5	27
90	5	5	5	5	5	4	29
91	4	4	4	4	4	4	24
92	4	4	4	4	4	4	24
93	4	5	3	3	3	3	21
94	5	5	5	5	5	5	30
95	3	3	3	3	3	3	18
96	5	5	5	3	4	3	25
97	5	5	5	5	5	5	30
98	5	5	5	5	5	5	30
99	4	4	4	4	4	4	24
100	3	3	5	5	3	3	19
101	2	4	4	2	4	4	21
102	5	5	5	4	4	4	27
103	3	4	5	3	4	4	23
104	4	4	5	4	5	4	26
105	2	3	2	5	3	2	17

Tabulasi Data Kuesioner Diskon (X3)

No	D			Total X3
	X.3.1	X.3.2	X.3.3	
1	5	5	4	14
2	5	5	5	15
3	5	5	5	15
4	3	3	3	9
5	3	3	3	9
6	5	5	4	14
7	4	5	2	11
8	4	4	4	12
9	4	5	4	13
10	5	5	5	15
11	4	4	5	13
12	4	4	4	12
13	5	5	5	15
14	5	5	4	14
15	3	3	3	9
16	5	5	5	15
17	4	4	4	12
18	5	5	4	14
19	4	5	5	14
20	5	5	4	14
21	3	4	5	12
22	2	3	3	8
23	4	3	3	10
24	5	5	5	15
25	3	3	3	9
26	3	3	3	9
27	4	5	3	12
28	4	4	4	12
29	4	4	5	13
30	5	5	5	15
31	3	4	3	10
32	3	3	3	9

33	3	3	3	9
34	3	4	3	10
35	5	5	5	15
36	3	5	2	10
37	4	4	4	12
38	5	5	3	13
39	5	5	4	14
40	5	5	5	15
41	5	5	5	15
42	4	4	4	12
43	3	4	4	11
44	4	4	4	12
45	4	5	5	14
46	5	5	5	15
47	3	3	4	10
48	3	3	2	8
49	4	4	4	12
50	4	4	4	12
51	5	5	4	14
52	4	4	4	12
53	4	4	4	12
54	3	3	3	9
55	4	3	3	12
56	5	5	5	15
57	5	4	4	13
58	4	4	4	12
59	4	4	4	12
60	5	5	5	15
61	4	4	4	12
62	5	5	5	15
63	5	5	5	15
64	4	4	3	11
65	5	5	5	15
66	5	5	5	15
67	4	5	5	14
68	5	5	5	15
69	4	4	4	12
70	5	4	4	13
71	5	5	5	15
72	4	4	4	12

73	3	3	4	10
74	2	4	2	8
75	4	5	4	13
76	3	5	3	11
77	4	4	4	12
78	5	5	4	14
79	4	5	4	13
80	5	5	5	15
81	5	5	3	13
82	5	5	5	15
83	3	5	4	12
84	5	5	5	15
85	5	5	5	15
86	4	4	4	12
87	3	2	3	8
88	4	4	4	12
89	5	5	5	15
90	5	5	5	15
91	4	4	4	12
92	2	2	2	6
93	3	3	3	9
94	5	5	5	15
95	3	5	4	12
96	5	4	5	14
97	5	5	5	15
98	5	5	5	15
99	5	4	4	13
100	3	4	4	11
101	4	4	4	12
102	5	5	5	15
103	4	4	3	11
104	3	3	3	9
105	5	4	3	12

33	4	4	3	4	4	4	4	27
34	4	3	3	4	3	4	4	25
35	5	4	4	4	4	4	4	29
36	3	2	3	3	3	3	3	20
37	4	4	4	4	4	4	4	28
38	5	5	5	4	5	5	5	34
39	4	4	4	4	4	3	5	28
40	5	5	5	5	5	5	5	35
41	5	5	4	5	5	4	4	32
42	4	3	4	4	3	4	4	26
43	4	4	4	3	3	3	3	24
44	4	4	4	4	4	4	4	28
45	5	5	5	5	5	5	4	34
46	5	5	5	5	5	5	5	35
47	3	4	4	4	5	4	3	27
48	4	3	3	5	4	5	4	28
49	4	4	4	4	4	4	4	28
50	4	3	4	4	4	4	3	26
51	5	5	5	5	5	5	4	34
52	4	4	4	4	4	4	4	28
53	4	4	4	4	4	4	4	28
54	3	3	3	3	3	3	3	21
55	4	4	4	4	3	4	4	27
56	5	5	5	5	5	5	4	34
57	5	3	4	4	4	5	5	30
58	3	2	2	3	2	4	4	20
59	4	2	3	4	4	4	4	25
60	5	4	4	4	5	5	4	31
61	4	4	4	4	4	4	4	28
62	4	4	3	4	4	4	5	28
63	5	4	4	4	4	4	4	29
64	4	3	4	3	4	4	5	27
65	5	5	5	5	4	4	4	32
66	4	4	4	4	4	4	4	28
67	4	5	5	4	4	3	5	30
68	5	5	5	5	5	5	5	35
69	4	4	5	5	5	4	5	32
70	4	4	4	4	4	4	4	28
71	5	5	5	5	5	5	5	35
72	4	4	4	4	4	4	4	28

73	5	5	4	4	5	5	5	33
74	2	4	4	2	4	4	4	24
75	4	5	4	4	4	4	4	29
76	5	4	4	4	4	4	5	30
77	3	2	3	3	3	3	3	20
78	4	5	4	5	5	5	4	32
79	5	5	5	5	4	4	5	33
80	4	4	4	4	4	4	4	28
81	4	3	3	4	4	4	4	26
82	5	4	4	5	5	5	5	33
83	4	3	3	3	3	4	4	24
84	4	4	4	4	4	4	4	28
85	4	4	4	4	4	4	4	28
86	4	3	3	3	4	4	4	25
87	4	4	4	4	4	4	5	29
88	3	3	3	3	3	3	4	22
89	4	4	4	5	5	4	5	31
90	5	3	3	4	4	4	5	28
91	4	4	4	4	4	4	4	28
92	3	2	3	4	4	4	4	24
93	3	3	3	4	4	4	3	24
94	5	5	5	5	5	5	5	35
95	3	4	3	3	2	4	5	24
96	5	4	3	4	5	5	5	31
97	5	5	5	5	5	5	5	35
98	5	5	5	5	5	5	5	35
99	4	4	4	4	4	4	4	28
100	4	3	3	4	4	4	3	25
101	4	5	5	5	5	5	5	34
102	4	3	3	3	4	4	4	25
103	4	4	4	4	5	5	5	31
104	4	3	3	4	4	4	4	26
105	5	4	1	2	3	5	5	25

Lampiran 5

Hasil Distribusi Karakteristik Responden

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid laki-laki	18	17.1	17.1	17.1
perempuan	87	82.9	82.9	100.0
Total	105	100.0	100.0	

pendapatan per bulan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < Rp500.00,-	63	60.0	60.0	60.0
> Rp. 500.000,- s.d. Rp. 1.000.000,-	35	33.3	33.3	93.3
> Rp. 1.000.000,- s.d. Rp. 5.000.000,-	7	6.7	6.7	100.0
Total	105	100.0	100.0	

Domisili Kecamatan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Baki	8	7.6	7.6	7.6
Bendosari	5	4.8	4.8	12.4
Bulu	1	1.0	1.0	13.3
Gatak	8	7.6	7.6	21.0
Grogol	9	8.6	8.6	29.5
Kartasura	51	48.6	48.6	78.1
Mojolaban	6	5.7	5.7	83.8
Nguter	2	1.9	1.9	85.7
Polokarto	3	2.9	2.9	88.6

Sukoharjo	9	8.6	8.6	97.1
Tawang Sari	2	1.9	1.9	99.0
Weru	1	1.0	1.0	100.0
Total	105	100.0	100.0	

Frekuensi Pembelian

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2-3 kali	45	42.9	42.9	42.9
	4-6 kali	21	20.0	20.0	62.9
	>6 kali	39	37.1	37.1	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

Lampiran 6

Hasil Uji Validitas

Hasil Uji Validitas Variabel *E-Service Quality* (X1)
Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.612**	.636**	.462*	.572**	.814**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.010	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.612**	1	.719**	.266	.722**	.821**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.155	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.636**	.719**	1	.358	.682**	.846**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.052	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.462*	.266	.358	1	.564**	.665**
	Sig. (2-tailed)	.010	.155	.052		.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.572**	.722**	.682**	.564**	1	.878**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.001		.000
	N	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.814**	.821**	.846**	.665**	.878**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Variabel *Food Quality* (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOTAL
X2.1	Pearson	1	.810**	.417*	.613**	.630**	.572**	.835**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)		.000	.022	.000	.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson	.810**	1	.472**	.696**	.764**	.462*	.870**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000		.008	.000	.000	.010	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson	.417*	.472**	1	.302	.610**	.520**	.668**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.022	.008		.105	.000	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson	.613**	.696**	.302	1	.781**	.523**	.826**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.105		.000	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson	.630**	.764**	.610**	.781**	1	.556**	.895**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.6	Pearson	.572**	.462*	.520**	.523**	.556**	1	.746**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.001	.010	.003	.003	.001		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson	.835**	.870**	.668**	.826**	.895**	.746**	1
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

	Sig. (2-tailed)	.015	.000		.003	.000	.001	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.614*	.533*	.530*	1	.663*	.755*	.698*	.840**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.003		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	.407*	.522*	.598*	.663*	1	.679*	.564*	.787**
	Sig. (2-tailed)	.025	.003	.000	.000		.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y6	Pearson Correlation	.646*	.398*	.565*	.755*	.679*	1	.770*	.845**
	Sig. (2-tailed)	.000	.029	.001	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y7	Pearson Correlation	.814*	.537*	.524*	.698*	.564*	.770*	1	.862**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.003	.000	.001	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.777*	.755*	.775*	.840*	.787*	.845*	.862*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 7

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel *E-Service Quality* (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.862	5

Variabel *Food Quality* (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.890	6

Variabel Diskon (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.850	3

Variabel Kepuasan Pelanggan
(Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.906	7

Lampiran 8

Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		105
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.37022662
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.056
	Negative	-.068
Test Statistic		.068
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.537	1.192		2.128	.036
	e-service quality	.064	.082	.114	.755	.440
	food quality	-.041	.062	-.098	-.657	.513
	Diskon	-.086	.087	-.122	-.991	.

a. Dependent Variable: Abs_RES

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	e-service quality	.452	2.213
	food quality	.440	2.274
	diskon	.636	1.571

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Lampiran 9

Hasil Uji Ketetapan Model

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.808 ^a	.653	.643	2.405

a. Predictors: (Constant), diskon, e-service quality, food quality

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1101.159	3	367.053	63.451	.000 ^b
	Residual	584.269	101	5.785		
	Total	1685.429	104			

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

b. Predictors: (Constant), diskon, e-service quality, food quality

Lampiran 10

Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
e-service quality	105	14.00	25.00	20.5048	2.79121
food quality	105	16.00	30.00	24.2000	3.71949
Diskon	105	6.00	15.00	12.4857	2.22362
kepuasan pelanggan	105	20.00	35.00	28.7143	4.02567
Valid N (listwise)	105				

Lampiran 11

Hasil Uji Analisis Regresi berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.845	1.828		2.650	.009
	e-service quality	.302	.126	.210	2.404	.018
	food quality	.579	.096	.535	6.055	.000
	Diskon	.293	.133	.162	2.206	.030

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Lampiran 12

Hasil Uji Hipotesis (Uji T)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.845	1.828		2.650	.009
	e-service quality	.302	.126	.210	2.404	.018
	food quality	.579	.096	.535	6.055	.000
	Diskon	.293	.133	.162	2.206	.030

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Lampiran 13

Hasil plagiasi

Skripsi

ORIGINALITY REPORT

21%	21%	7%	15%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	16%
2	repository.iainpurwokerto.ac.id Internet Source	1%
3	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	1%
4	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	1%
5	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	1%
6	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	1%
7	Putu Laksmi Dewi Rahmayanti, Ni Wayan Ekawati. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Menggunakan Online Food Delivery Service Di Bali", Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium, 2021 Publication	1%

Lampiran 14

Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama Lengkap : Yuyun Wigati
Tempat, Tanggal Lahir : Boyolali, 21 Mei 2001

Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Nomor HP : 085840155064
Email : yuyunwigati64@gmail.com
Alamat : Tanggungsari, Brajan, Mojosongo, Boyolali

PENDIDIKAN

SD N Brajan : 2007-2013
SMP N 3 Mojosongo : 2013-2016
SMK N 1 Banyudono : 2016-2019
UIN Surakarta : 2019-2023