

SKRIPSI

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN GOFOOD PEKANBARU DENGAN MENGUNAKAN METODE E-SERVQUAL DAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM RIAU

*Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Di Universitas Islam Riau*



OLEH :

RYAN OGI KASTARI
NPM : 165210544

**PRODI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU**

2020



UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI

Alamat: Jalan Kaharudin Nasution No.113 Perhentian Marpoyan
Telp. (0761) 674674 Fax.(0761) 674834 Pekanbaru-28284

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Ryan Ogi Kastari
NPM : 165210544
Program Studi : Manajemen S1
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Fakultas : Ekonomi
Judul Penelitian : Analisis Kualitas Pelayanan Gofood Pekanbaru dengan menggunakan metode *E-ServQual* dan *Importance Performance Analysis* pada Mahasiswa Universitas Islam Riau

Disetujui oleh:

Pembimbing I

Dr. Susie Seminar Hari

(Hj. Susie Suryani, SE., MM)

Mengetahui :

Dekan

(Dr. Firdaus AR, SE., M.Si., Ak., CA)

Ketua Program Studi

(Abd. Razak Jer, SE., M.Si)



UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS EKONOMI

Alamat: Jalan Kaharuddin Nasution No.113 Perhentian
Marpoyan
Telp. (0761) 674674 Fax.(0761) 674834 Pekanbaru-28284

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ryan Ogi Kastari
NPM : 165210544
Program Studi : Manajemen S1
Konsentrasi : Pemasaran
Fakultas : Ekonomi
Judul Skripsi : Analisis kualitas Pelayanan Gofood Pekanbaru dengan menggunakan metode *E-ServQual* dan *Importance performance Analysis* pada mahasiswa Universitas Islam Riau

Disetujui Oleh :

Pembimbing

(Hj.Susie Suryani, SE.MM)

Mengetahui :

Dekan

(Dr. Firdaus AR, SE., M.Si., Ak., CA)

Ketua Program Studi

(Abd. Razak Jer, SE., M.Si)



UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI

Alamat: Jalan Kaharuddin Nasution No.113 Perhentian
Marpoyan
Telp. (0761) 674674 Fax.(0761) 674834 Pekanbaru-28284

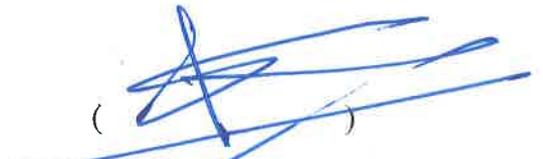
TANDA PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Ryan Ogi Kastari
NPM : 165210544
Program Studi : Manajemen S1
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Fakultas : Ekonomi
Judul Skripsi : Analisis Kualitas Pelayanan Gofood Pekanbaru Dengan Menggunakan Metode E-Servqual dan Importance Performance Analysis Pada Mahasiswa Universitas Islam Riau

Disetujui Oleh :

Tim Penguji :

1. Drs. Syahdanur, M.Si
2. Abd.Razak Jer, SE.,M.Si

()
()

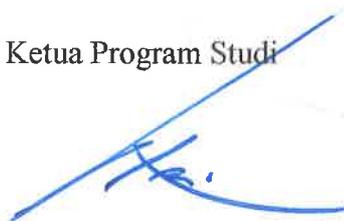
Mengetahui :

Pembimbing



(Hj. Susie Suryani, SE., MM)

Ketua Program Studi



(Abd. Razak Jer, SE., M.Si)



UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS EKONOMI

Alamat: Jalan Kaharudin Nasution No.113 Perhentian Marpoyan
Telp. (0761) 674674 Fax. (0761) 674834 Pekanbaru-28284

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ryan Ogi kastari
NPM : 165210544
Program Studi : Manajemen S1
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Fakultas : Ekonomi
Judul Penelitian : Analisis Kualitas Pelayanan Gofood Pekanbaru Dengan Menggunakan Metode E-Servqual dan Importance Performance Analysis Pada Mahasiswa Universitas Islam Riau
Sponsor : Hj. Susie Suryani, SE., MM

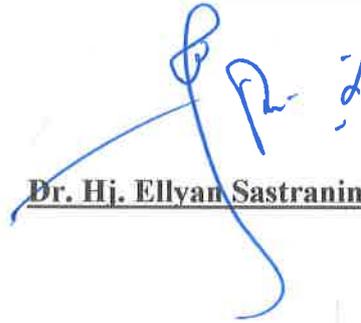
Dengan perincian sebagai berikut:

No	Tanggal	Catatan Sponsor	Berita Acara	Paraf Sponsor
1.	29-11-2019		<ul style="list-style-type: none">- Masukan data jumlah mahasiswa di latar belakang- jelaskan alur / diagram pemesanan melalui aplikasi Gofood- masukkan penelitian terdahulu ke penelitian terdahulu dan daftar pustaka	
2.	09-12-2019		Perbaiki Hipotesis	
3.	12-12-2019		Acc Seminar Proposal	
4.	30-06-2020		<ul style="list-style-type: none">- Tulis objek dan lokasi penelitian- Tambahkan keterangan pada pembahasan- Perbaiki kesimpulan, buat lebih jelas	
5.	07-07-2020		<ul style="list-style-type: none">- Perbaiki cara penulisan daftar pustaka- Sempurkan pembahasan- Perbaiki abstrak- Lengkapi dengan teliti dokumentasi dan	

			lampiran lainnya.	
6.	09-07-2020		Acc Seminar Hasil	

Pekanbaru, 26 Agustus 2020

Wakil Dekan I



Dr. Hj. Ellyan Sastraningsih, SE., M.Si

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI

Alamat : Jalan Kaharuddin Nst Km 11 No 113 Marpoyan Pekanbaru Telp 647647

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI / MEJA HIJAU

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau No: 976/KPTS/FE-UIR/2020, Tanggal 19 Agustus 2020, Maka pada Hari Sabtu 22 Agustus 2020 dilaksanakan Ujian Oral Komprehensif/Meja Hijau Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau pada Program Studi **Manajemen** Tahun Akademis 2020/2021.

- | | |
|-------------------------|--|
| 1. Nama | : Ryan Ogi Kastari |
| 2. N P M | : 165210544 |
| 3. Program Studi | : Manajemen S1 |
| 4. Judul skripsi | : Analisis Kualitas Pelayanan Gofood Pekanbaru Dengan Menggunakan Metode E – Servqual dan Importance Performance Analysis Pada Mahasiswa Universitas Islam Riau. |
| 5. Tanggal ujian | : 22 Agustus 2020 |
| 6. Waktu ujian | : 60 menit. |
| 7. Tempat ujian | : Ruang Sidang Meja Hijau Fakultas Ekonomi UIR |
| 8. Lulus Yudicium/Nilai | : Lulus (A-) 79,83 |
| 9. Keterangan lain | : Aman dan lancar. |

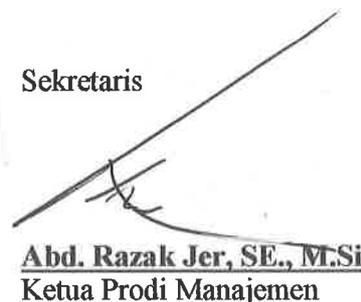
PANITIA UJIAN

Ketua



Dr. Hj. Ellyan Sastraningsih, SE., M.Si
Wakil Dekan Bidang Akademis

Sekretaris



Abd. Razak Jer, SE., M.Si
Ketua Prodi Manajemen

Dosen penguji :

1. Hj. Susie Suryani, SE., MM
2. Drs. Syahdanur, M.Si
3. Abd. Razak Jer, SE., M.Si



(.....)

Notulen

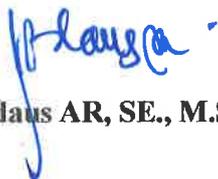
1. Awliya Afwa, SE., MM



(.....)

Pekanbaru, 22 Agustus 2020

Mengetahui
Dekan,


Dr. Firdaus AR, SE., M.Si, Ak., CA

Nomor: 976 / Kpts/FE-UIR/2020
TENTANG PENETAPAN DOSEN PENGUJI SKRIPSI MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU

DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU

- Menimbang** : 1. Bahwa untuk menyelesaikan studi Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau dilaksanakan ujian skripsi/oral comprehensive sebagai tugas akhir dan untuk itu perlu ditetapkan mahasiswa yang telah memenuhi syarat untuk ujian dimaksud serta dosen penguji
2. Bahwa penetapan mahasiswa yang memenuhi syarat dan penguji mahasiswa yang bersangkutan perlu ditetapkan dengan surat keputusan Dekan.
- Mengingat** : 1. Undang-undang RI Nomor: 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional
2. Undang-undang RI Nomor: 14 Tahun 2005 Tentang Guru dan Dosen
3. Undang-undang RI Nomor: 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi.
4. Peraturan Pemerintah RI Nomor: 4 Tahun 2014 Tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi
5. Statuta Universitas Islam Riau Tahun 2018.
6. SK. Pimpinan YLPI Daerah Riau Nomor: 006/Skep/YLPI/II/1976 Tentang Peraturan Dasar Universitas Islam Riau.
7. Surat Keputusan BAN PT Depdiknas RI :
- a. Nomor : 2806/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2018, tentang Akreditasi Eko. Pembangun
- b. Nomor : 2640/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2018, tentang Akreditasi Manajemen
- c. Nomor : 2635/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2018, tentang Akreditasi Akuntansi S1
- d. Nomor : 1036/SK/BAN-PT/Akred/Dipl-III/IV/2019, tentang Akreditasi D.3 Akuntansi.

MEMUTUSKAN

- Menetapkan** : 1. Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau yang tersebut di bawah ini:

N a m a : Ryan Ogi Kastari
N P M : 165210544
Program Studi : Manajemen S1
Judul skripsi : Analisis Kualitas Pelayanan Gofood Pekanbaru Dengan Menggunakan Metode E – Servqual dan Importance Performance Analysis Pada Mahasiswa Universitas Islam Riau.

2. Penguji ujian skripsi/oral comprehensive mahasiswa tersebut terdiri dari:

NO	Nama	Pangkat/Golongan	Bidang Diuji	Jabatan
1	Hj. Susie Suryani, SE., MM	Lektor, C/c	Materi	Ketua
2	Drs. Syahdanur, M.Si	Lektor Kepala, D/a	Sistematika	Sekretaris
3	Abd Razak Jer, SE., M.Si	Lektor, C/c	Methodologi	Anggota
4			Penyajian	Anggota
5			Bahasa	Anggota
6	Awliya Afwa, SE., MM	Assisten Ahli, C/b	-	Notulen
7			-	Saksi II

3. Laporan hasil ujian serta berita acara telah disampaikan kepada pimpinan Universitas Islam Riau selambat-lambatnya 1 (satu) minggu setelah ujian dilaksanakan.
4. Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan dengan ketentuan bila terdapat kekeliruan akan segera diperbaiki sebagaimana mestinya.

Kutipan : Disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya.

Ditetapkan di : Pekanbaru
Pada Tanggal : 22 Agustus 2020
Dekan,



Dr. Firdaus AR, SE., M.Si, Ak., CA

Tembusan : Disampaikan pada :

1. Yth : Bapak Koordinator Kopertis Wilayah X di Padang
2. Yth : Bapak Rektor Universitas Islam Riau di Pekanbaru
3. Yth : Sdr. Kepala Biro Keuangan UIR di Pekanbaru

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI

Alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No 113 Marpoyan Pekanbaru Telp 647647

BERITA ACARA SEMINAR HASIL PENELITIAN SKRIPSI

Nama : Ryan Ogi Kastari
NPM : 165210544
Jurusan : Manajemen / S1
Judul Skripsi : Analisis Kualitas Pelayanan Gofood Pekanbaru Dengan Menggunakan Metode E – Servqual dan Importance Performance Analysis Pada Mahasiswa Universitas Islam Riau.
Hari/Tanggal : Sabtu 22 Agustus 2020
Tempat : Ruang Sidang Fakultas Ekonomi UIR

Dosen Pembimbing

No	Nama	Tanda Tangan	Keterangan
1	Hj. Susie Suryani, SE., M.Si		

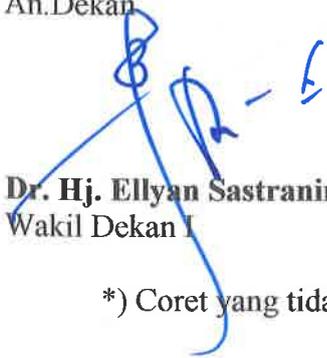
Dosen Pembahas / Penguji

No	Nama	Tanda Tangan	Keterangan
1	Drs. Syahdanur, M.Si		
2	Abd. Razak Jer, SE., M.Si		

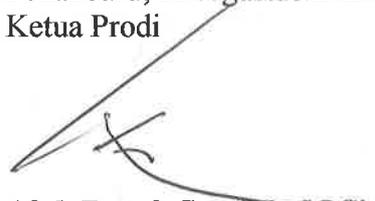
Hasil Seminar : *)

1. Lulus (Total Nilai _____)
2. Lulus dengan perbaikan (Total Nilai _____)
3. Tidak Lulus (Total Nilai _____)

Mengetahui
An.Dekan


Dr. Hj. Ellyan Sastraningsih, SE., M.Si
Wakil Dekan I

Pekanbaru, 22 Agustus 2020
Ketua Prodi


Abd. Razak Jer, SE., M.Si

*) Coret yang tidak perlu

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI

Alamat : Jalan Kaharuddin Nst Km 11 No 113 Marpoyan Pekanbaru Telp 647647

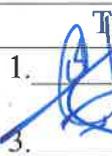
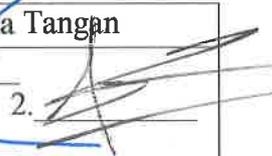
BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL

Nama : Ryan Ogi Kastari
NPM : 165210544
Judul Proposal : Analisis Kualitas Pelayanan GoFood Pekanbaru Dengan Menggunakan Metode E-Servqual dan IPA
Pembimbing : 1. Hj. Susie Suryani, SE., MM
Hari/Tanggal Seminar : Kamis / 20 Februari 2020

Hasil Seminar dirumuskan sebagai berikut :

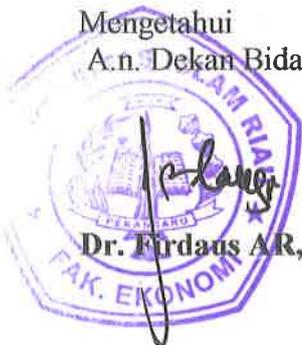
1. Judul : Disetujui dirubah/perlu diseminarkan *)
2. Permasalahan : Jelas/masih kabur/perlu dirumuskan kembali *)
3. Tujuan Penelitian : Jelas/mengambang/perlu diperbaiki *)
4. Hipotesa : Cukup tajam/perlu dipertajam/di perbaiki *)
5. Variabel yang diteliti : Jelas/Kurang jelas *)
6. Alat yang dipakai : Cocok/belum cocok/kurang *)
7. Populasi dan sampel : Jelas/tidak jelas *)
8. Cara pengambilan sampel : Jelas/tidak jelas *)
9. Sumber data : Jelas/tidak jelas *)
10. Cara memperoleh data : Jelas/tidak jelas *)
11. Teknik pengolahan data : Jelas/tidak jelas *)
12. Daftar kepustakaan : Cukup/belum cukup mendukung pemecahan masalah Penelitian *)
13. Teknik penyusunan laporan : Telah sudah/belum memenuhi syarat *)
14. Kesimpulan tim seminar : Perlu/tidak perlu diseminarkan kembali *)

Demikianlah keputusan tim yang terdiri dari :

No	Nama	Jabatan pada Seminar	Tanda Tangan
1.	Hj. Susie Suryani, SE., MM		1. 
2.	Drs. Syahdanur, M.Si		2. 
3.	Abd Razak Jer, SE., M.Si		3. 

*Coret yang tidak perlu

Mengetahui
A.n. Dekan Bidang Akademis



Dr. Firdaus AR, SE., M.Si., Ak., CA

Pekanbaru, 20 Februari 2020
Sekretaris,

Azmansyah, SE., M.Econ



SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU
Nomor:2944/Kpts/FE-UIR/2019
TENTANG PENUNJUKAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA S1
Bismillahirrohmanirrohim
DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Menimbang: 1. Surat penetapan Ketua Jurusan / Program Studi Manajemen tanggal 16 November 2019 tentang penunjukan Dosen Pembimbing skripsi mahasiswa.
 2. Bahwa dalam membantu mahasiswa untuk menyusun skripsi sehingga Mendapat hasil yang baik perlu ditunjuk Dosen Pembimbing yang Akan memberikan bimbingan sepenuhnya terhadap mahasiswa tersebut

Mengingat: 1. Surat Mendikbud RI:
 a. Nomor: 0880/U/1997 c.Nomor: 0378/U/1986
 b. Nomor: 0213/0/1987 d.Nomor: 0387/U/1987
 2. Surat Keputusan BAN PT Depdiknas RI :
 a. Nomor : 192/SK/BAN-PT/Ak.XVI/S/IX/2013, tentang Akreditasi Eko. Pembangunan
 b. Nomor : 197/SK/BAN-PT/Ak.XVI/S/IX/2013, tentang Akreditasi Manajemen
 c. Nomor : 197/SK/BAN-PT/Ak-XVI/S/IX/2013, tentang Akreditasi Akuntansi S1
 d. Nomor : 001/SK/BAN-PT/Akred/Dpl-III/I/2014 Tentang Akreditasi D.3 Akuntansi
 3. Surat Keputusan YLPI Daerah Riau
 a. Nomor: 66/Skep/YLPI/II/1987
 b. Nomor: 10/Skep/YLPI/IV/1987
 4. Statuta Universitas Islam Riau Tahun 2013
 5. Surat Edaran Rektor Universitas Islam Riau tanggal 10 Maret 1987
 a. Nomor: 510/A-UIR/4-1987

MEMUTUSKAN

Menetapkan: 1. Mengangkat Saudara - saudara yang tersebut namanya di bawah ini sebagai pembimbing dalam penyusunan skripsi yaitu:

No	N a m a	Jabatan/Golongan	Keterangan
1.	Hj. Susie Suryani, SE., MM	Lektor, C/c	Pembimbing

2. Mahasiswa yang dibimbing adalah:

N a m a : Ryan Ogi Kastari
 N P M : 165210544
 Jusan/Jenjang Pendd. : Manajemen / S1
 Judul Skripsi : Analisis Kualitas Layanan Gofood Pekanbaru dengan Menggunakan Metode E-servqual dan IPA

3. Tugas pembimbing adalah berpedoman kepada Surat Keputusan Rektor Universitas Islam Riau Nomor: 52/UIR/Kpts/1989 tentang pedoman penyusunan skripsi mahasiswa di lingkungan Universitas Islam Riau.

4. Dalam pelaksanaan bimbingan supaya memperhatikan usul dan saran dari forum seminar proposal.

5. Kepada pembimbing diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Islam Riau.

6. Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan bila terdapat kekeliruan dalam keputusan ini segera akan ditinjau kembali.

Kutipan: Disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan menurut semestinya.

Ditetapkan di: Pekanbaru
 Pada Tanggal: 18 November 2019
 Dekan,

Drs. Abrar, M.Si, Ak., CA

Tembusan : Disampaikan pada:

1. Yth : Bapak Rektor Universitas Islam Riau
2. Yth : Sdr. Kepala Biro Keuangan UIR di Pekanbaru.



PEMERINTAH PROVINSI RIAU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau
Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 **PEKANBARU**
Email : dpmptsp@riau.go.id

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPSTP/NON IZIN-RISET/26888
T E N T A N G



**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET
DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

182010

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Pra Riset dari : **Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau, Nomor : 1196/E-UIR/27-FE/2019 Tanggal 14 Oktober 2019**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

- | | | |
|----------------------|---|---|
| 1. Nama | : | RYAN OGI KASTARI |
| 2. NIM / KTP | : | 165210544 |
| 3. Program Studi | : | EKONOMI MANAJEMEN |
| 4. Jenjang | : | S1 |
| 5. Alamat | : | JL. WONOSARI TENGAH, BENGKALIS |
| 6. Judul Penelitian | : | ANALISIS KUALITAS LAYANAN GO-FOOD PEKANBARU DENGAN MENGGUNAKAN METODE E-SERVQUAL DAN IPA |
| 7. Lokasi Penelitian | : | UNIVERSITAS ISLAM RIAU |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
Pada Tanggal : 18 Oktober 2019



Ditandatangani Secara Elektronik Oleh:
**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL
DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
PROVINSI RIAU**

EVAREFITA, SE, M.Si
Pembina Utama Muda
NIP. 19720628 199703 2 004

Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Rektor Universitas Islam Riau di Pekanbaru
3. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan



UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS EKONOMI

الجامعة الإسلامية الريوية

2944

Alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284
Telp. +62 761 674674 Fax. +62 761 674834 Email : fekon@uir.ac.id Website : www.ac.uir.id

FORMULIR PENGUSULAN SK. PEMBIMBING DAN PROSEDUR SEMINAR PROPOSAL

NAMA : RYAN OGI KASTARI
NPM : 165210544
PROGRAM STUDI : EKONOMI MANAJEMEN
KONSENTRASI : PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS KUALITAS LAYANAN GOFOOD PEKANBARU DENGAN MENGGUNAKAN METODE E-SERQUAL DAN IPA
:
:
:
:
:
:
:

USULAN PEMBIMBING	CATATAN PEMBIMBING I
PEMBIMBING I : Suble Smykian Mh PEMBIMBING II : - 	Aa Seminar proposal 12-12-2019 
CATATAN PEMBIMBING II	CATATAN KETUA PRODI
	

PEKANBARU, 16 Desember 2019.
WAKIL DEKAN I


Firdaus AR.SE, M.Si.AK, CA

PERSYARATAN PENGUSULAN :

1. Proposal yang telah disetujui Prodi
2. Kwitansi Jurnal Kiat

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis ini, Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar Akademik Sarjana, baik di Universitas Islam Riau maupun di perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penilaian saya sendiri tanpa bantuan pihak manapun, kecuali arah Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah di tulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dalam naskah dengan disebutkan nama pengarah dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi Akademik berupa pencabutan yang diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lain sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi ini.

Pekanbaru, 09 September 2020

Saya yang membuat pernyataan,



ABSTRAK

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN GOFOOD PEKANBARU DENGAN MENGUNAKAN METODE *E-SERVQUAL* DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM RIAU

OLEH :

RYAN OGI KASTARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Kualitas layanan Gofood Pekanbaru dengan menggunakan Metode *E-Servqual* dan IPA pada mahasiswa Universitas Islam Riau. Manfaat penelitian ini Sebagai bahan Perencanaan dan Pengembangan untuk meningkatkan kualitas layanan Gofood di Pekanbaru Agar kualitas pelayanan Gofood di Pekanbaru semakin baik lagi kedepannya. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode *Servqual* untuk jasa yang bergerak di bidang online, yaitu *E-servqual*. Metode ini dilakukan untuk mengetahui apakah terjadi kesenjangan antara ekspektasi dan persepsi pelanggan. Terdapat enam dimensi utama sebagai fokus dalam penelitian ini, yaitu *reliability, responsiveness, Ease of Use, security/privacy, aesthetics, dan information*. Selanjutnya, penelitian akan dilanjutkan dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk melihat dimensi mana yang memerlukan perbaikan dan peningkatan. Penelitian ini menggunakan kuesioner dengan melibatkan 100 responden sebagai sampel penelitian, dengan teknik pengambilan sampel secara *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Secara keseluruhan 6 Dimensi Elektronik kualitas layanan Gofood di Pekanbaru belum memenuhi 100% kepuasan konsumen, masih ada 4 dimensi yang harus di perbaiki, yaitu dimensi *Reliability, Responsivness, Aesthetics* dan *Information*.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, *E-ServQual, Importance Performance Analysis*

ABSTRACT

QUALITY ANALYSIS OF GOFOOD PEKANBARU SERVICE USING E-SERVQUAL METHOD AND IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS IN STUDENTS RIAU ISLAMIC UNIVERSITY

BY:

RYAN OGI KASTARI

Gofood Pekanbaru uses the E-Servqual and Natural Science Method in Riau Islamic University students. The benefits of this research as planning and development materials to improve the quality of Gofood services in Pekanbaru So that the quality of Gofood services in Pekanbaru is getting better in the future. The study was conducted using the Servqual method for services engaged in the online field, namely E-servqual. This method is carried out to find out whether there is between customer expectations and perceptions. There are six main dimensions as the focus of this research, namely reliability, responsiveness, ease of use, security / privacy, aesthetics, and information. Furthermore, the research will continue by using the Importance Performance Analysis (IPA) method to see which dimensions require ease of use for improvement and improvement. The research sample used 100 respondents as research samples with a sampling technique using purposive sampling. The results showed that Overall 6 Electronic Dimensions of Gofood service quality in Pekanbaru have not met 100% customer satisfaction, there are still 4 dimensions that must be improved, namely the dimensions of Reliability, Responsivness, Aesthetics, and Information.

Keywords: *Service Quality, E-Servqual, Importance Performance Analysis*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia - Nya berupa kesehatan jasmani dan rohani, penulis dapat melalui segala hal yang harus dipenuhi dalam menyelesaikan skripsi yang berjudul " ANALISIS KUALITAS LAYANAN GOFOOD PEKANBARU DENGAN MENGGUNAKAN METODE E-SERVQUAL DAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM RIAU " guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan pada Jurusan S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau. Sholawat dan salam kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang kelak akan memberikan syafaat kepada umatnya di hari akhir kelak.

Dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan atau ketidaksempurnaan baik dari segi pembahasan maupun dari segi uraian yang telah penulis sajikan. Keadaan ini disebabkan karena keterbatasan penulis dalam hal ilmu pengetahuan maupun wawasan yang penulis miliki dalam menyusun skripsi ini. Namun demikian, penulis telah berusaha seoptimal mungkin dalam menyajikan skripsi ini dengan sebaik - baiknya.

Penulis menyadari bahwa penelitian tidak akan terwujud tanpa adanya dorongan dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam penulisan dan penyelesaian Tugas Akhir ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Prof.Dr. H. Syafrinaldi SH., MCL selaku Rektor Universitas Islam Riau.
2. Bapak Drs. Abrar, M.Si. Ak. CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau
3. Bapak Abd Razak Jer, SE., M. selaku ketua Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Islam Riau dan sekaligus selaku Penguji 2
4. Bapak Awliya Afwa, SE., MM selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Universitas Islam Riau.
5. Ibu Hj. Susie Suryani, SE., MM selaku Dosen Pembimbing dan Dosen metopel yang selalu memberikan masukan dan membimbing kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Drs. Syahdanur,M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademis yang selalu memotivasi penulis agar giat dalam belajar dan menyelesaikan studi.dan selaku penguji II
7. Ibu Hafidzah Nurjannah,S.E.,M.Sc, selaku Dosen yang memberikan ide judul dan masukan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Islam Riau.
9. Seluruh Staff Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau.
10. Penghargaan setinggi-tingginya kepada ayahanda Suyitno dan ibunda Astiti selaku orangtua yang Memotovasi dan memberikan dukungan secara penuh dalam hal Psikogis maupun Finansial selama perkuliahan, Susanti pratama sari, S.Pd.I selaku kakak, Yudi Agus Finanda, selaku adik

11. Seluruh anggota keluarga dan kekasih penulis Rani Fadilah yang selalu memotivasi dan memberi semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Kepada Perusahaan Gojek yang telah menyediakan layanan Gofood di Pekanbaru
13. Buat teman dan sahabat seperjuangan Ilham Ramapala,SE, Wahyuda , Roni Paslah, Andrianus, Andri Setiawan, Rahmad Syafrizal, Riki Irawan, Muslimin, Fanya, Lola Saskia, Arief Krisdiansyah, Abdi Pamungkas, serta rekan-rekan Mahasiswa/i Ekonomi Manajemen Angkatan 2016 Universitas Islam Riau.
14. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan kepada penulis.

Akhir kata penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan semoga Allah SWT membalas segala kebaikan mereka. Aamiin...

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Pekanbaru, 14 Agustus 2020
Penulis

Ryan Ogi Kastari
NPM. 165210544

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1.4 Batasan Masalah	8
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB II TELAAH PUSTAKA	11
2.1 <i>E-service (Electronic Service)</i>	11
2.2 E-Servqual (Service Quality)	14
2.3 Pengertian Ekspetasi	16
2.4 Pengertian Persepsi	18
2.5 Pengertian Kepuasan	19
2.6 Importance Performance Analysis (IPA)	23
2.7 Penelitian Terdahulu	24
2.8 Kerangka Pemikiran	27
2.9 Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Lokasi/Objek Penelitian	29

3.2	Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	29
3.3	Populasi dan Sampel.....	31
3.3.1	Populasi.....	31
3.3.2	Sampel	32
3.4	Teknik Pengumpulan Data	32
3.5	Teknik Analisa data.....	32
3.5.1	Uji Validitas	33
3.5.2	Uji Reliabilitas	33
3.5.3	Pengukuran Electronic service Quality (E-Servqual).....	33
3.5.4	Importance Performance Analysis (IPA).....	34
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN		36
4.1	Sejarah Gojek (Gofood)	36
4.2	Sejarah Go-Food.....	37
4.3	Logo Perusahaan Gojek.....	39
4.4	Aktivitas Gojek(GoFood).....	40
4.5	Struktur Organisasi PT GOJEK Indonesia	40
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		42
5.1	Karakteristik Responden	42
5.1.1	Jenis Kelamin.....	42
5.1.2	Umur	43
5.1.3	Pendapatan/ Uang Jajan	43
5.2	Uji Validitas.....	44
5.3	Uji Reliabilitas.....	45
5.4	Analisis Deskriptif Dimensi Penelitian	46
5.5	Nilai Ekspektasi.....	58
5.6	Nilai Persepsi.....	59
5.7	Analisis <i>E-servqual</i>	60
5.8	Analisis Kesesuaian Kepuasan Pelanggan	61

5.9 Analisis Importance Performance Analysis	61
5.10 Pembahasan Penelitian	65
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	69
6.1 Kesimpulan.....	69
6.2 Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peningkatan Penggunaan Internet	2
Gambar 1.2 Intensitas penggunaan internet Masyarakat Indonesia.....	3
Gambar 3.1 Importance Performance matrix.....	34
Gambar 4.1 Logo Perusahaan GoJek 2011	39
Gambar 4.2 Logo Perusahaan GoJek 2020.....	39

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Data Mahasiswa Universitas Islam Riau	4
Tabel 2.1 Jurnal-Jurnal penelitian terdahulu	24
Tabel 3.1 Operasionalisasi variabel penelitian.....	29
Tabel 5.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 5.2 Identitas Responden Berdasarkan Umur.....	43
Tabel 5.3 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan / Uang Jajan.....	44
Tabel 5.4 Uji Validitas.....	44
Tabel 5.5 Uji Reliabilitas	45
Tabel 5.6 Analisis Deskriptif Reliability 1	46
Tabel 5.7 Analisis Deskriptif Reliability 2	47
Tabel 5.8 Analisis Deskriptif Reliability 3	47
Tabel 5.9 Analisis Deskriptif Responsivnes 1	48
Tabel 5.10 Analisis Deskriptif Responsivnes 2	48
Tabel 5.11 Analisis Deskriptif Responsivnes 3	49
Tabel 5.12 Analisis Deskriptif Responsivnes 4	50
Tabel 5.13 Analisis Deskriptif Ease of Use 1	51
Tabel 5.14 Analisis Deskriptif Ease of Use 2	51
Tabel 5.15 Analisis Deskriptif Ease of Use 3	52
Tabel 5.16 Analisis Deskriptif Security / Privacy 1.....	53
Tabel 5.17 Analisis Deskriptif Security / Privacy 2.....	53
Tabel 5.18 Analisis Deskriptif Aesthetics 1	54
Tabel 5.19 Analisis Deskriptif Aesthetics 2.....	55
Tabel 5.20 Analisis Deskriptif Aesthetics 3.....	55
Tabel 5.21 Analisis Deskriptif Information 1	56
Tabel 5.22 Analisis Deskriptif Information 2	57

BAB I

PENDAHULUAN

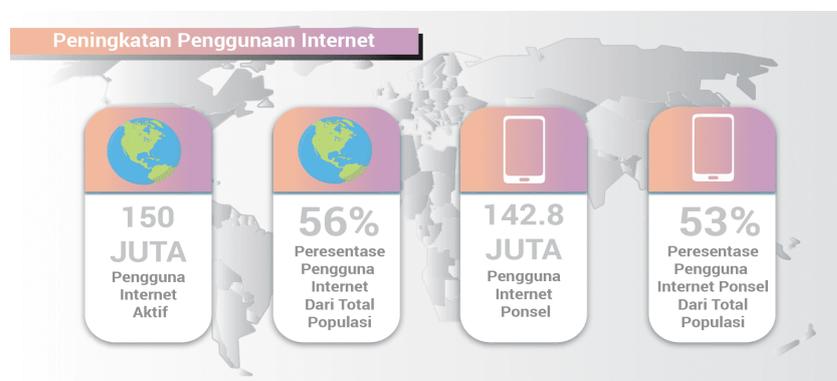
1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan di era globalisasi di ikuti dengan perkembangan teknologi dan Ilmu pengetahuan yang menjadikan kekuatan utama pembangunan ekonomi Negara yaitu dengan adanya iptek, atau ilmu pengetahuan dan teknologi. Oleh karena itu tiap tiap Negara dan seluruh masyarakat agar memberikan tanggapan mengenai perubahan kearah yang lebih mudah, praktis dan efisien tersebut. Seluruh negara maju di asia ini seperti korsel, jepang dan Taiwan turut konsisten menjalankan dana kepada seluruh ilmuan agar negara mampu bersaing dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi, lalu nanti akan melakukan inovasi demi inovasi yang dapat di terapkan di dunia industri, yaitu sebagai peningkatan daya saing *product* dan dapat mengambil keuntungan dari devisa sehingga meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat dan kualitas hidup di suatu negara.

Era digital globalisasi yang selalu ditandai dengan akselerasi gobalisasi oleh iptek adalah proses perubahan dunia yang semakin teknologis . dengan munculnya ekonomi digital menjawab tantangan ekonomi mikro atau biasa disebut usaha start up untuk ikut bersaing di *market* dunia secara luas. dan sebelumnya juga sudah di singgung yaitu, pemberian segi digital saat ini mengenai dunia ekonomi ala internasional condong naik, dan mengakibatkan terjadinya gejolak Perekonomian yang meningkat sehingga menimbulkan terjadinya persaingan Bisnsis secara Global melalui Internet

Di Indonesia perkembangan ekonomi digital juga menjadi tren. bukan hanya itu, bahkan di Indonesia diperkirakan menjadi negara terbesar di asia dengan ekonomi digital. Dilihat dari nilai pertumbuhan penjualan online bisnis di Indonesia setiap tahun mengalami peningkatan 40% hal tersebut dapat dilihat dari data analisis Young dan Ernst. Di Indonesia potensi industri e-cormerce memang tidak dapat di pandang sebelah mata , produk ekonomi digital Indonesia berpusat pada fintech (*financial technology*) dan e-commerce menurut pernyataan menteri *coordinator* di bidang perekonomian Darmin Nasution, Potensi industri e-commerce di Indonesia memang tidak dapat dipandang sebelah mata. Setelah tahun 2018 selesai dengan banyak membawa perubahan dalam dunia digital, 2019 dimulai dengan banyak perkembangan baru. Data digital Indonesia 2019 menunjukkan adanya perubahan signifikan di awal tahun 2019 ini jika dibandingkan dengan tahun 2018. Berikut laporan data digital Indonesia pada tahun 2019 :

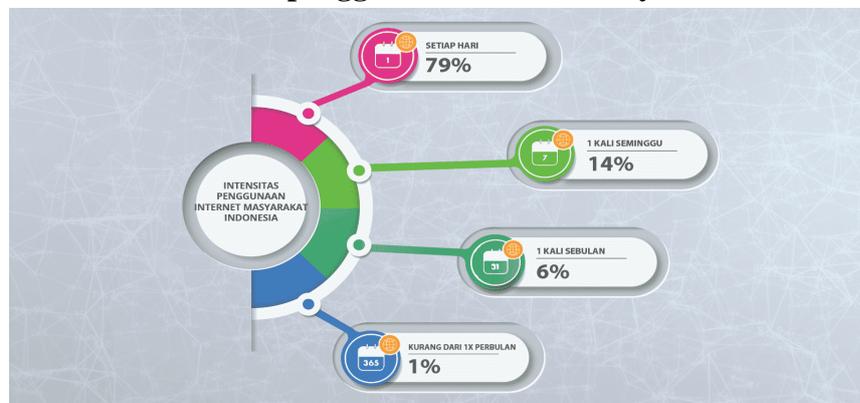
Gambar 1.1 Peningkatan Penggunaan Internet



Pada awal tahun 2019, jumlah pengguna aktif internet di Indonesia diketahui sebanyak 150 juta jiwa atau sekitar 56% dari total jumlah penduduk

Indonesia. Dan sekitar 142,8 juta pengguna internet diketahui merupakan pengguna internet ponsel aktif.

Gambar 1.2 Intensitas penggunaan internet Masyarakat Indonesia



Sebanyak 79% dari 150 juta pengguna internet selalu menggunakan internet setiap hari untuk menunjang kehidupannya. Lalu, ada juga sekitar 14% pengguna internet yang biasa mengakses internet hanya seminggu sekali. (Agency, 2019)

Dari data di atas dapat kita simpulkan bahwa penggunaan internet banyak di akses menggunakan smartphone dari pada di PC atau Komputer, ini menjadi peluang yang besar bagi perusahaan Gojek, karena untuk menggunakan aplikasi Gofood, pengguna harus mempunyai smartphone yang sudah terinstal aplikasi Gofood, dan dapat di download di Playstore untuk Android, lalu Appstore untuk pengguna IOS.

Kepala Dinas Komunikasi Informasi Statistik Riau, Yogi Getri mengatakan, kuliner dan teknologi tidak dapat dipisahkan saat ini. Teknologi juga jadi media pemasaran dan pengembangan dari kuliner. GoFood sangat memudahkan

masyarakat dalam mencicipi kuliner. Ini akan menjadi daya tarik sendiri dan jadi pilihan baru bagi masyarakat Riau," kata Yogi saat membuka acara GoFood Festival di Transmart Pekanbaru, (25/1/2019). Ia juga mengapresiasi kegiatan tersebut, karena dalam acara itu tetap di promosikan kuliner khas provinsi Riau. Acara ini tidak hanya mengedepankan ekonomi tetapi juga pengenalan budaya melayu dan juga mendukung UMKM di Privinsi Riau, khususnya di bidang kuliner," imbuhnya. Strategic Regional Head GOJEK Sumatra, Edy Tan menjelaskan, GoFood Festival merupakan apresiasi pihaknya terhadap para mitra merchant yang telah tumbuh bersama GoFood.

Tabel 1.1 Jumlah Data Mahasiswa Universitas Islam Riau

FAKULTAS	2016	2017	2018	2019
1. Hukum	468	567	665	645
2. Ekonomi	913	964	986	753
3. Agama Islam	203	207	412	379
4. Teknik	637	770	891	823
5. Fkip	1,122	1,031	1,020	976
6. Pertanian	381	452	513	316
7. Fisipol	759	822	825	630
8. Psikologi	198	213	229	208
9. Fikom	195	265	280	299
Total	4,876	4,521	5,821	5,029

Sumber: Universitas Islam Riau)

Dalam uraian rekapitulasi mahasiswa aktif menurut data Biro Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan (BAAK) Universitas Islam Riau sarjana (SI) yang terdiri dari 9 fakultas antara lain: hukum, agama islam, ekonomi, ilmu komunikasi, teknik, pertanian, ilmu sosial dan ilmu politik, keguruan dan ilmu pendidikan dan psikologi dan pascasarjana yang terdiri dari 6 fakultas antara

lain: agronomi, ilmu hukum, ilmu pemerintahan, agribisnis, teknik sipil dan ilmu administrasi dengan jumlah data mahasiswa pada tahun 2016 sebanyak 4.876, 2017 sebanyak 4.52 , dan yang terakhir 2019 sebanyak 5.029 sehingga total mahasiswa mencapai 20.247 mahasiswa, yang terdiri dari beberapa fakultas sarjana dan pascasarjana.

SKEMA

Alur Pemesanan Makanan Melalui Gofood



Masalah yang sering terjadi pada layanan Go-Food Pekanbaru yaitu antara lain, masih banyak layanan pesan antar mengabaikan standar ideal pengiriman makanan. Pengemudi banyak tak dilengkapi dengan kotak khusus penyimpanan makanan. Mereka lazim hanya menggantung makanan yang dipesan pada sisi

motor. Belum lagi, jarak pemesanan bisa mencapai 25 km jauhnya. Kondisi tersebut berisiko menyebabkan masalah pada kualitas makanan. Prof. Dr. Ir. Nuri Andarwulan, Direktur Southeast Asian Food & Agricultural Science & Technology (SEAFEST) mengatakan jarak yang terlalu jauh dapat menurunkan kualitas makanan karena pengemudi menghabiskan waktu lebih lama untuk mengantarkan makanan ke rumah pelanggan, Contohnya jika makanan yang di order seperti ice cream, ia akan mencair. dan Selain itu, layanan Go-food sering kali dihadapkan dengan keluhan konsumen karena kesalahan teknis. Seperti awal tahun 2018 yang baru-baru ini terjadi, konsumen mengeluhkan aplikasi Gojek karena sulit diakses. Bahkan banyak juga yang melaporkan aplikasi Gojek tiba-tiba log out sendiri. Sementara itu, ada juga keluhan lain yang menyatakan bahwa aplikasi Go-Jek di IOS tiba-tiba log out dan pengguna tidak bisa masuk kembali, tetapi masalah itu dapat ditangani dengan cepat oleh pihak Gojek, sehingga aplikasi Gojek dapat digunakan dengan Normal lagi skarang.

Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode Servqual untuk jasa yang bergerak di bidang online, yaitu E-servqual. Metode ini dilakukan untuk mengetahui apakah terjadi kesenjangan antara ekspektasi dan persepsi pelanggan. Terdapat enam dimensi utama sebagai fokus dalam penelitian ini, yaitu reliability, responsiveness, , security/privacy, aesthetics, dan information. Selanjutnya, penelitian akan dilanjutkan dengan menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA) untuk melihat dimensi mana yang memerlukan ease of use perbaikan dan peningkatan.

Berdasarkan uraian dan masalah yang terjadi di atas, sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Analisis Kualitas layanan Gofood Pekanbaru dengan menggunakan Metode E-ServQual dan Importance Performance Analysis Pada Mahasiswa Universitas Islam Riau**”

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan sebelumnya, maka perumusan masalah yang di angkat adalah “Bagaimana kualitas Pelayanan Gofood pekanbaru setelah di uji dengan menggunakan metode E-Servqual dan IPA pada mahasiswa Universitas islam riau ?”

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Mengenai tujuan pada penelitian tersebut di dasarkan atas perumusan masalah yang telah di paparkan sebelumnya, Yakni:

1. Untuk menganalisis dan mengetahui Kualitas layanan Gofood Pekanbaru dengan menggunakan Metode E-Servqual dan IPA pada mahasiswa Universitas Islam Riau.
2. Untuk mengetahui apakah terjadi kesenjangan antara ekspektasi dan Persepsi Pelanggan terhadap kualitas layanan layanan gofood Pekanbaru.

Sedangkan Manfaat dari penelitian ini Adalah:

1. Bagi Perusahaan GoJek pekanbaru
 - a. Sebagai bahan Perencanaan dan Pengembangan untuk meningkatkan kualitas layanan Gofood di Pekanbaru Agar kualitas pelayanan Gofood di Pekanbaru semakin baik lagi kedepannya.
2. Bagi Peneliti

- a. Dengan penelitian ini diharapkan Penulis dapat menerapkan ilmu yang telah di peroleh selama di bangku perkuliahan untuk menghadapi masalah yang Kongkret yang terjadi di lapangan.
 - b. Sebagai studi banding antara Pengetahuan Teori dengan Praktek yang ada di lapangan.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya
- a. Sebagai suatu karya ilmiah yang dapat menambah wawasan dan pengetahuan Khususnya bidang ilmu Manajemen Pemasaran.
 - b. Dari hasil Penelitian ini, dapat di pakai sebagai acuan untuk penelitian Lebih lanjut.

1.4 Batasan Masalah

Pembatasan masalah ini dimaksudkan agar ruang lingkup penelitian yang di lakukan dapat di ketahui secara terperinci masalah yang akan di teliti , sehingga lebih Focus dan Terarah, Adapun batasannya sebagai berikut:

1. Penelitin ini hanya Melingkupi Tentang Metode *Electronic Service Quality* (E-Servqual) yakni : *Reliability, Responsiveness, Ease of Use Security/Privacy, Aesthetics, dan Information.* yang memiliki enam dimensi utama sebagai Focus mengenai penelitian yang akan dijalankan.
2. lalu Penelitian ini akan dilanjutkan menggunakan metode *Importance Performace Analysis* (ipa), hal tersebut untuk mengetahui atau melihat dimensi mana yang memerlukan sebuah peningkatan dan perbaikan.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini disusun sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Di dalam bab ini berisikan latar belakang masalah, Perumusan masalah, tujuan, dan manfaat penelitian ,dan yang terakhir adalah batasan masalah.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Pada bab ini akan menguraikan Teori-Teori yang berkaitan dengan GoFood, E-servqual dan IPA, di lengkapi juga dengan Penelitian terdahulu, Kerangka pemikiran dan yang terakhir adalah Hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan diuraikan di uraikan tentang metode penelitian yang terdiri dari Lokasi penelitian, Operasional variabel, Populasi dan sampel, Teknik pengambilan data, Teknik pengumpulan data dan di akhiri dengan Teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini akan memuat sejarah singkat organisasi, Visi dan misi, struktur, serta gambaran aktivitas organisasi.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Di dalam bab ini akan memaparkan hasil penelitian serta Pembahasanya.

BAB VI : PENUTUP

Pada bab terakhir ini akan memuat Kesimpulan dan saran berdasarkan hasil penelitian.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Kualitas Pelayanan (Service Quality)

Service Quality adalah skala berbagai item secara singkat dengan keandalan dan validitas baik yang dapat digunakan oleh pengecer untuk memahami lebih baik pelayanan yang diharapkan dan dipersepsikan oleh konsumen dan sebagai hasilnya meningkatkan pelayanan (Zeithaml, 2013:30)

Dalam mengevaluasi kepuasan terhadap pelayanan jasa yang bersifat intangible, menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry (2013:23) konsumen umumnya menggunakan beberapa atribut meliputi tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Masih menurut Zeithaml atribut – atribut tersebut secara positif dan signifikan mempengaruhi minat membeli dan kepuasan konsumen. Menurut Zeithaml atribut assurance dan reliability menjadi atribut yang sangat mempengaruhi kepuasan konsumen, sedangkan atribut responsiveness dan empathy menjadi atribut yang paling lemah mempengaruhi kepuasan konsumen.

Menurut Kaura & Datta (2012:44) bahwa service quality dapat meningkatkan customer satisfaction. Dalam hal ini atribut tangible berupa karyawan memberikan kontribusi yang maksimum dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini dikarenakan interaksi interpersonal antara konsumen dan karyawan dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Menurut Salehnia dkk (2014:108) Service Quality menunjukkan keualitas pelayanan yang tinggi. Jadi semua pengalaman konsumsi pelanggan merupakan perwakilan dari pengalaman kualitas pelayanan yang dialami pelanggan. Sehingga masih menurut Salehnia dkk, service quality memiliki efek signifikan pada kepuasan pelanggan dan secara tidak langsung kepada WOM. Oleh karena itu, service quality merupakan input utama untuk membangun dan meningkatkan kepuasan pelanggan

Menurut Samad (2014:40) Kualitas pelayanan yang dirasakan telah didasarkan pada perbedaan antara nilai yang diharapkan pelanggan dari layanan dan apa yang ia anggap kasus actual. Kualitas layanan memiliki dampak yang besar pada beberapa hal, salah satunya adalah kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan berarti perbandingan apakah pelanggan telah menerima apa yang mereka harapkan atau tidak, serta mengukur respon positif atau negatif jangka pendek pelanggan terhadap layanan yang telah diterima. Sehingga Samad menyimpulkan bahwa service quality memiliki efek positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan. Samad menemukan bahwa semua indikator service quality memberikan kontribusi semua dalam memuaskan pelanggan, namun indikator empathy memberikan kontribusi terbesar dalam membentuk kepuasan pelanggan.

2.2 E-service (Electronic Service)

Penjelasan mengenai *E-Service* pelayanan *electronic* (ataupun *e-Service*) ialah sebutan secara umum, umumnya mengacu kepada "Pengadaan pelayanan lewat internet atau yang sering kita sebut dengan *internet* (pada awal berdiri "e elektronik", sebagaimana dalam pemakaian yang lain), sehingga pelayanan

electronic juga bisa tergolong perniagaan *internet*, kemungkinan juga tergolong pelayanan non-profitabel (online), yang umumnya disediakan oleh negara. Pendapat ini dikemukakan oleh (Alexei Pavlichev & G. David Garson, 2004: 169-170; Muhammad Rais & Nazariah, 2003: 59, 70-71) Rowley (2006) mengatakan bahwa E-Service ialah perbuatan, usaha atau pertunjukan yang pengiriman di mediasi oleh teknologi informasi. pelayanan *electronic* tersebut melingkupi unsur pelayanan *E-tailing*, sokongan konsumen, dan jasa.

Pengertian ini menggambarkan 3 unsur penting penyedia pelayanan, penerima pelayanan dan saluran layanan (yakni, *technology*). Misal, sebagai yang berkepentingan untuk pelayanan *electronic* umum, badan publik ialah penyedia layanan dan rakyat serta bisnis penerima pelayanan. penghubung layanan ialah syarat ke 3 dari pelayanan *electronic*. Internet ialah penghubung penting dari pelayanan *electronic*, pengiriman sejumlah penghubung besar lain nya pun terus dipertimbangkan. (misal telpon, *call center*, gerai umum, smart phone, tv) Untuk penjelasannya, *E-Service* merupakan campuran antara layanan dan *electronic*.

E-Service ialah tindakan yang akurat untuk memecahkan masalah dari layanan tradisional yang masalahnya sering terjadi pada terbatasnya sarana dan prasarana dari industri tersebut. Dari bagian keefesienan durasi, *E-Service* mampu diakses lebih *flexible* untuk konsumennya dimana pun dan durasi tanggapan dari industri yang termasuk gesit, walau sampai sekarang baru segelintir yang melaksanakan *e-service* secara *realtime*.

2.3 E-Servqual (Service Quality)

Parasuraman dkk. (2005) mengemukakan arti dari kualitas pelayanan online dalam korelasinya atas website ialah “*the extent to which a website facilitates efficient and effective shopping, purchasing and delivery*”. definisi tersebut berarti sebagai suatu tingkatan sebuah website secara efisien dan efektif memfasilitasi dalam hal *shopping*, melakukan pembelian dan proses pemberian dari *product* dan pelayanan. Penilaian kualitas website tak hanya pada saat pengalaman selama melakukan interaksi dengan website tetapi juga interaksi setelah mendapatkan layanan, Menurut (Santos, 2003) dalam jurnal Bai Pengfei *e-service quality* biasa didefinisikan atas evaluasi secara keseluruhan dari konsumen mengenai sangat baik kualitas dari layanan *electronic* yang diserahkan kepada konsumen di market online.

(Zeithaml et al, 2001) dalam jurnal (Hsin Hsin Chang, 2008) *e-service quality* ialah sejauh mana website dapat memberikan fasilitas konsumen secara efisien dan efektif saat membeli *product* atau pelayanan, pembelian, dan sampai dengan pengantaran *product* atau pelayanan.

Pengkajian sebelumnya menegaskan, kualitas pelayanan pada bidang online merupakan penentu yang utama dalam hal efektifitas dari proses e-commerce. Standar prioritas dari e-service quality artinya keuntungan potensial dari internet dapat direalisasikan. Berkembangnya kualitas layanan online akan membuat layanan online menjadi lebih efektif dan menarik sehingga membantu perusahaan dalam pencapaian level tertinggi terhadap kepuasan pelanggan.

Penjelasan pada observasi selanjutnya yang dilakukan oleh Rui Sousa, Andy C.L. Yeung, T.C.E. Cheng (2008), Zeithaml, Parasuraman, and Malhotra's (2000) menyatakan beberapa dimensi dari kualitas jasa dari *e-servicequality* yaitu:

Reliability yaitu keakuratan teknis dari situs dan juga keakuratan atas janji yang diberikan (berisi informasi berupa ketersediaan barang dalam stok, ketepatan waktu pengiriman).

Responsiveness yaitu kecepatan dalam melayani konsumen yang berupa pemesanan barang, pembayaran, dan juga menangani permasalahan konsumen.

Ease of Use membantu konsumen menemukan apa yang mereka butuhkan tanpa mengalami kesulitan dengan kata lain mudah dalam menggunakan, memiliki fungsi pencarian yang baik serta memudahkan konsumen dalam bermanuver di dalam situs .

Security/Privacy sejauh mana konsumen percaya keamanan situs dapat menjaga informasi pribadi. Menurut Hasan dan Abuelrub (2011),

keamanan didefinisikan sebagai keamanan transaksi termasuk pembayaran dan informasi pribadi.

aesthetics penampilan dari situs termasuk persentasi grafik dan juga teks pada website.

Iformation kelengkapan informasi dan kemampuan personalisasi informasi untuk memenuhi kebutuhan konsumen,

Kualitas layanan pada lingkungan online menjadi sesuatu yang penting saat menentukan keberhasilan ataupun kegagalan dari perniagaan *electronic*. Voss (2003) mengartikan pelayanan dalam golongan *electronic (e-service)* sebagai “*the delivery as service using new media such as the web*”. artian tersebut bermakna pemberian layanan menggunakan instrumen yang modern yakni web. Dengan adanya bukti dari kualitas pelayanan atas pemberian melalui *website* merupakan keberhasilan strategi yang sangat berguna jika di bandingkan dengan harga murah dan keberadaan web (Zeithaml dkk, 2002).

2.4 Pengertian Ekspetasi

Menurut Iqbal (2012), Ekspetasi merupakan keyakinan konsumen sebelum membeli ataupun mencoba suatu *product*, yang di jadikan acuan ataupun standar dalam menilai kinerja *product* tersebut. Menurut Pongayow (2016) lalu ada beberapa aspek yang mmbentuk ekspetasi pelanggan, sebagai berikut:

1. *Word of mouth communication*, yakni apa saja yang di dengar dari pelanggan lain yang telah menikmati kualitas layanan yang di berikan

dari perusahaan, hal tersebut merupakan unsur potensial yang mempengaruhi harapan atau ekspektasi pelanggan.

2. *Past expiience*, yakni tingkat pengalaman masa lampau yang telah di alami oleh seseorang yang mana dapat mempengaruhi tingkat harapan atau ekspektasi pelanggan tersebut.
3. *External communication*, yakni pernyataan masa lalu yang di sampai kan oleh perusahaan penyedia layanan yang di tawarkan nya kepada pelanggan, pernyataan ini dapat berupa personal selling, iklan, perjanjian, atau percakapan langsung dengan karyawan yang bersangkutan.
4. *Personal needs*, yakni keinginan per orang yang dapat mempengaruhi harapan pelanggan ataupun dengan kata lain kebutuhan mendasar yang didasarkan seseorang untuk kesejahtraan juga sangat menentukan harapan nya.

Adapun rumus menghitung rata-rata nilai ekspektasi pengguna GoFood yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut, yaitu digunakan rumus (Pondaag G. E. Deo, dkk, 2017:10)

$$THi = \frac{\Sigma Hi}{N}$$

Dimana:

THi = Nilai ekspektasi pelayanan terhadap indikator pelayanan i

ΣHi = Total jawaban responden terhadap indikator pelayanan i

N = Total responden

Rumus yang dipakai untuk menghitung rata-rata nilai ekspektasi tiap dimensi kualitas pelayanan yaitu:

$$H_j = \frac{\sum TH_i}{n_j}$$

Dimana:

H_j = Rata-rata nilai ekspektasi pelanggan pada dimensi j

$\sum TH_i$ = Nilai ekspektasi pelayanan terhadap indikator pelayanan i

N_j = Total responden

2.5 Pengertian Persepsi

Menurut Natalia persepsi (2012), ialah pengalaman mengenai peristiwa, objek, ataupun hubungan-hubungan yang didapat dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. persepsi bukan hanya tentang proses psikologi semata, akan tetapi diawali dengan proses fisiologis yang dikenal sebagai sensasi.

Pongayow (2016) mengatakan persepsi dipengaruhi oleh 3 faktor, yaitu:

1. Faktor Psikologis. Faktor Psikologis akan membuat perubahan dalam persepsi konsumen. Perubahan yang dimaksudkan termasuk memori, pengetahuan, kepercayaan serta nilai-nilai yang dianggap konsumen penting dan berguna.
2. Faktor Fisik. Faktor ini akan mengubah persepsi konsumen melalui apa yang konsumen lihat dan rasakan. Faktor fisik dapat memperkuat atau dapat menghancurkan persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan yang telah diberi oleh perusahaan. Misalnya saat konsumen memilih

restoran mana yang akan dikunjungi, ada hal yang penting menjadi penentu konsumen dalam memilih yakni kebersihan restoran tersebut.

3. Gambar / *image* yang terbentuk. gambar yang terbentuk di sini adalah gambaran pelanggan terhadap perusahaan atau pelayanan. Ketika terjadi persaingan antara dua pelayanan yang sama, pelanggan bisa melihat perbedaan melalui gambaran dari perusahaan atau pelayanan itu sendiri. Oleh karena itu perusahaan harus mampu menciptakan gambaran yang akan membedakannya dari competitor atau pesaing.

Adapun rumus menghitung rata-rata nilai Persepsi pengguna GoFood yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut, yaitu digunakan rumus (Pondaag G. E. Deo, dkk, 2017:11)

$$T_{pi} = \frac{\Sigma P}{N}$$

Dimana:

T_{pi} = Nilai persepsi pelanggan terhadap indikator pelayanan i

ΣP = Jumlah total jawaban responden

N = Jumlah total responden

2.6 Pengertian Kepuasan

Kepuasan menurut kamus bahasa Indonesia adalah puas; merasa senang; perihal (hal yang bersifat kesenangan, kelegaan dan sebagainya). Kepuasan dapat diartikan sebagai rasa senang dan kelegaan seseorang dikarenakan mengkonsumsi suatu produk atau jasa untuk mendapatkan pelayanan suatu jasa.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya (Asmuji, 2012).

Kepuasan (Satisfaction) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan amat puas atau senang (Kotler 2006:177). Jadi, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan amat puas atau senang.

Menurut Lovelock dan Wirtz (2011:74) “Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai. Kunci untuk menghasikan kesetiaan pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi.

Menurut Kotler & Armstrong (2012:36), nilai pelanggan adalah perbandingan pelanggan antara semua keuntungan dan semua biaya yang harus dikeluarkan untuk menerima penawaran yang diberikan. Jumlah biaya pelanggan adalah sekelompok biaya yang digunakan dalam menilai, mendapatkan dan

menggunakan produk atau jasa. Karena kepuasan pelanggan sangat tergantung pada persepsi dan ekspektasi pelanggan, maka sebagai pemasok produk perlu mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhinya

Menurut (Zeithaml 2003:162) terdapat empat faktor yang mempengaruhi persepsi dan ekspektasi pelanggan, yaitu sebagai berikut :

1. Apa yang telah didengar pelanggan dari pelanggan lainnya (word of mouth communication). Dimana hal ini merupakan faktor potensial yang menentukan ekspektasi pelanggan tersebut. Sebagai contoh, seorang pelanggan memiliki perusahaan yang diharapkan dapat memberikan pelayanan dengan kualitas tinggi berdasarkan rekomendasi dari temanteman atau tetangganya.
2. Ekspektasi pelanggan sangat bergantung dari karakteristik individu dimana kebutuhan pribadi (personnel needs).
3. Pengalaman masa lalu (past experience) dalam menggunakan pelayanan dapat juga mempengaruhi tingkat ekspektasi pelanggan.
4. Komunikasi dengan pihak eksternal (external communication) dari pemberi layanan memainkan peranan kunci dalam membentuk ekspektasi pelanggan. Berdasarkan External communication, perusahaan pemberi layanan dapat memberikan pesan-pesan secara langsung maupun tidak langsung kepada pelanggannya. Sebagai contoh dari pengaruh adanya external communication adalah harga dimana biaya pelayanan sangat berperan penting dalam membentuk ekspektasi pelanggan.

Dengan demikian, kemungkinan antara ekspektasi pelanggan dan kualitas pelayanan (jasa) yang diterimanya adalah Pelanggan menjadi senang jika kualitas

pelayanan yang diterima lebih baik dari perkiraannya. Pelanggan menjadi biasa saja jika kualitas pelayanan yang terima sama dengan perkiraannya. Pelanggan menjadi kecewa jika kualitas pelayanan yang diterima lebih jelek dari perkiraannya.

Menurut Tse dan Wilton (1988) dalam Tjiptono (2012:311) kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian (atau standar kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengkonsumsi produk bersangkutan. Kepuasan pelanggan bukanlah konsep absolut, melainkan relatif atau tergantung pada apa yang diharapkan pelanggan. Operasionalisasi pengukuran kepuasan pelanggan bisa menggunakan sejumlah faktor, seperti ekspektasi, tingkat kepentingan (importance), kinerja, dan faktor ideal (Tjiptono & Chandra, 2007:137). Berikut ini akan dipaparkan definisi kepuasan pelanggan menurut beberapa ahli :

1. Menurut Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007:177), kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.
2. Menurut Tjiptono (2012:301), kepuasan konsumen merupakan situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik.

3. Menurut Djaslim Saladin (2003:9), pengertian Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapanharapannya.

2.7 Importance Performance Analysis (IPA)

John A. Martilla dan John C. James mengembangkan sebuah konsep Importance Performance Analysis (IPA) yang sebenarnya berasal dari konsep Satisfaction Quality. Konsep ini berisi bagaimana menterjemahkan apa yang diinginkan oleh pelanggan diukur dalam kaitannya dengan apa yang harus dilakukan oleh penyedia jasa agar menghasilkan produk berkualitas, baik yang berwujud maupun tidak berujud (Supranto, 2001). Bila pada konsep Satisfaction Quality hanya menganalisa tentang kesenjangan atau gap yang terjadi antara keinginan atau harapan pelanggan dengan kinerja yang telah diberikan badan usaha, pada Importance Performance Analysis kita menganalisa tentang tingkat kepentingan dari suatu variabel dimata pelanggan dengan kinerja badan usaha tersebut. Dengan demikian badan usaha akan lebih terarah dalam melaksanakan strategi bisnisnya sesuai dengan prioritas kepentingan pelanggan yang paling dominan. Analisa diawali dengan sebuah kuisisioner yang disebarkan kepada pelanggan. Responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan/harapan berbagai atribut dan kepuasan tingkat kinerja penyedia jasa pada masing-masing atribut tersebut. Dalam penelitian ini digunakan satu variable E-Servqual , dimana E-Servuqual memiliki 6 dimensi serta 2 indikator pernyataan yaitu Persepsi dan Ekspetasi Dalam hal ini digunakan lima tingkat Skala Linkert untuk penilaian tingkat persepsi pelanggan, yang terdiri dari:

- a. Sangat Sesuai, diberi bobot 5
- b. Sesuai , diberi bobot 4
- c. Kurang Sesuai, diberi bobot 3
- d. Sesuai, diberi bobot 2
- e. sangat tidak sesuai, diberi bobot 1

2.8 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Jurnal-Jurnal penelitian terdahulu

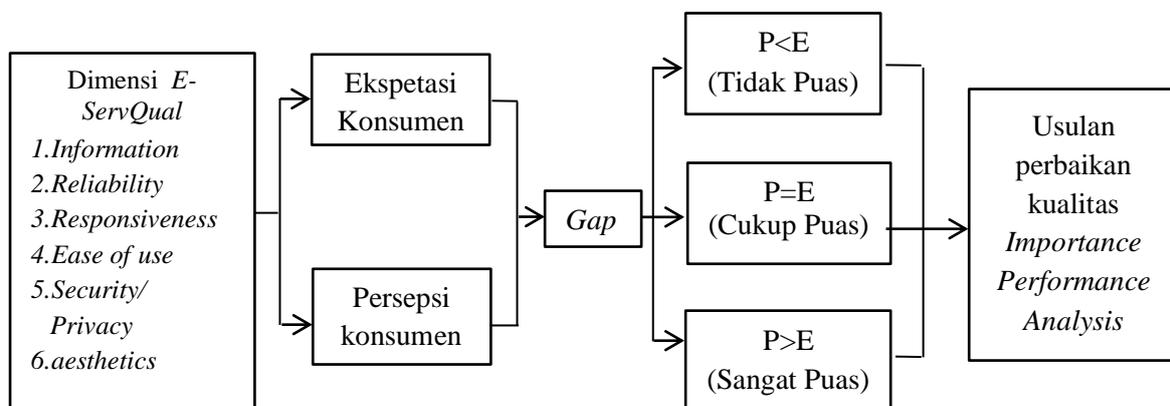
No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Permasalahan penelitian	Metode Analisis	Kesimpulan
1	Pondaag G. E. Deo, Regi Sanjaya, & Linda	Analisis kualitas layanan Lazada dengan menggunakan metode E-Servqual dan IPA	Kualitas Pelayanan Lazada	Kualitatif	<p>1. mengetahui dan menganalisis metode E-Servqual dengan cara mengetahui selisih dari nilai persepsi dan ekspektasi konsumen terhadap kepuasan yang diberikan konsumen lazada.</p> <p>2. Nilai rata rata konsumen di tingkat kepuasan lazada 92.13%. hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen belum merasa puas karena belum 100%, oleh karena itu pihak lazada harus mampu memperbaikinya yang dapat di dilihat dari table <i>Impoertance</i></p>

					<i>Performance Analysis.</i>
2	Seprilian i Rosanda Dewi & Ignatius Ario Sumbog	Kajian Tingkat kepuasan Konsumen Go-food di DKI JAKARTA A, dengan Tinjauan pengaruh bauran Promosi dan kualitas Layanan	Kajian Tingkat kepuasan Konsumen	Kualitatif	1. secara simultan, variable bauran kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Go-Food. 2. variable bauran promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen
3	Novita Sari & Yenny Yuniarti	Analysis of Go-Jek E-Service Quality And its Effect on customer satisfactio n in JAMBI City	menganalisi s Go-jek	Deskriptif	Bahwa mayoritas Pengguna aplikasi Gojek adalah pelajar dan pelajar dengan aplikasi layanan yang sering digunakan adalah Gofood, Go car dan Go Ride.
4	Felicia Laurent	Pengaruh E-Service Quality terhadap loyalitas pelanggan Go-jek melalui kepuasan Pelanggan	pengaruh <i>e-service quality</i> terhadap loyalitas pelanggan GO-jek melalui kepuasan pelanggan.	Kualitatif	<i>E-service quality</i> memberikan pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan. Semakin baik <i>e-service quality</i> dari sebuah perusahaan, maka semakin tinggi kepuasan pelanggan.

			SmartPLS		
5	Widya Sastika	Analysis kualitas layanan dengan mengguna kan E- service Quality Untuk mengetahu i kepuasan Pelanggan Belanja Onlie shopee (Studi kasus : Pelanggan Shopee di kota Bandung 2017)	Kualitas pelayanan Shopee	Kualitatif	1. Secara keseluruhan, Tingkat Harapan dari Penerapan E – Service Quality pada Aplikasi Shopee sebesar 86.92% berada di posisi Sangat Penting. 2. Secara keseluruhan, Tingkat Kenyataan atau Kinerja dari Penerapan E – Service Quality pada Aplikasi Shopee sebesar 68.78% berada di posisi Baik.
6	Valarie A. Zeithaml , A.Parasu raman, Arvind malhotra	Service Quality delivery Through Web Sites: A critical Review of Extant knowledge	Conceptuali zation of Service Quality Delivery Through Web Sites	kualitatif	This study found that customer profile had no effect on the importance that customers attach to different web site quality dimensions seen as operational e-service design attributes.
7	Rui sousa, Andy C.L	Customer heterogene ity in operationa	An empirical investigatio n of service	Deskriptif	The goal of this study was to assemble and

	yeung, T.C.E Cheng	l e-service deign attributes	quality		synthesize what is currently known about service quality delivery through Web sites.
8	Jhon A. Martilla and Jhon C.James	Importanc e- Performan ce Analysis	An easily- applied technique for measuring attribute importance and performanc e can futher the developmen t of effective marketing program	Kualitatif	Importance- Performance analysis offers a number of advatages for evaluating consumer acceptance of a marketing program.

2.9 Kerangka Pemikiran



2.10 Hipotesis

Berdasarkan perumusan dan tujuan yang telah di paparkan, maka hipotesis yang di rumuskan adalah “kualitas Pelayanan Go-food pekanbaru setelah di uji dengan menggunakan metode E-Servqual dan IPA Belum sesuai dengan harapan Konsumen”.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi/Objek Penelitian

Lokasi/Objek penelitian dalam penelitian ini adalah kualitas jasa dengan variabel E-Servqual dan dimensi Reliability, Responsiveness, Ease of Use, Security / Privacy, Aesthetics, dan Information lalu yang menjadi subyek dari penelitian adalah pengguna Aplikasi Go-Food di Universitas Islam Riau.

3.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan maupun memberikan suatu operasionalisasi yang di perlukan untuk mengukur suatu variable tersebut (Amel, 2012)

Tabel 3.1 Operasionalisasi variabel penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
E-Service adalah Jasa Elecronik atau Pelayanan Elektronik yang di Hubungkan Melalui internet dan dapat membantu dalam penyelesaian masalah, tugas	<i>Reliability</i> , ialah keakuratan atas janji yang diberikan dan juga keakuratan teknis dari situs. (Zeithaml, Parasuraman, and Malhotra's (2000) .Rui Sousa, Andy C.L. Yeung, T.C.E. Cheng (2008).	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Product</i> yang telah sampai sama seperti yang ada di dalam aplikasi Gofood 2. <i>Product</i> di antarkan dengan tepat waktu dan cepat 3. Deskripsi produk dan Total Harga yang dituliskan di Aplikasi Gofood selalu akurat dengan realitanya 	Ordinal

<p>atau transaksi (Maulana, 2014)</p>	<p><i>Responsiveness</i>, ialah kecepatan saat melayani pelanggan yang berupa pemesanan <i>product</i>, menangani permasalahan konsumen dan juga pembayaran. (Zeithaml, Parasuraman, and Malhotra's (2000) .Rui Sousa, Andy C.L. Yeung, T.C.E. Cheng (2008).</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. GoFood menangani proses Transaksi dengan Baik 2. Kurir GoFood langsung menelfon konsumen yang baru saja memesan. 3. Permasalahan yang ada selalu di tangani dengan segera oleh GoFood 4. Permasalahan yang bukan kesalahan dari konsumen, GoFood selalu memberikan pertanggung jawaban atas masalah tersebut 	Ordinal
	<p><i>Ease of Use</i>, yaitu memiliki fungsi pencarian yang baik serta memudahkan konsumen dalam mengoperasikan situs dan membantu konsumen menemukan apa yang mereka butuhkan tanpa mengalami kesulitan dengan kata lain mudah dalam menggunakannya. (Zeithaml, Parasuraman, and Malhotra's (2000) .Rui Sousa, Andy C.L. Yeung, T.C.E. Cheng (2008).</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pada Halaman Aplikasi GoFood tidak mengalami <i>error</i> saat melakukan Proses transaksi 2. Jenis makanan dan minuman sudah di kelompok kan sesuai dengan selera konsumen 3. Mudah menemukan letak kolom pencarian di aplikasi 	Ordinal
	<p><i>Security/Privacy</i>, yaitu sedalam mana <i>consumer</i> percaya keamanan situs dapat menjaga Informasi dan data pribadi konsumen. (Zeithaml, Parasuraman, and Malhotra's (2000) .Rui Sousa, Andy C.L. Yeung, T.C.E. Cheng (2008).</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perlindungan GoFood terhadap data terkait debit, gopay, kartu kredit lalu hal yang bersifat Privacy lainnya selalu aman 2. Aman dan dapat di percaya transaksi yang dilakukan oleh aplikasi GoFood 	Ordinal

	<p><i>Aesthetics</i>, yaitu tampilan pada aplikasi termasuk persentasi grafik dan teks pada aplikasi / situs. (Zeithaml, Parasuraman, and Malhotra's (2000) .Rui Sousa, Andy C.L. Yeung, T.C.E. Cheng (2008).</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Di dalam Aplikasi GoFood jenis tulisan yang di gunakan nyaman dan mudah untuk di baca 2. Aplikasi GoFood secara tampilan mudah untuk dipahami 3. Tampilan makanan /Minuman yang datang sama persis seperti yang ada di dalam aplikasi Gofood. 	Ordinal
	<p><i>Information</i>, yaitu kemampuan personalisasi informasi untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan kelengkapan informasi. (Zeithaml, Parasuraman, and Malhotra's (2000) .Rui Sousa, Andy C.L. Yeung, T.C.E. Cheng (2008).</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Informasi mengenai ketersediaan makanan atau minuman yang ada di Aplikasi Gofood selalu benar. 2. Di sampaikan dengan jelas Informasi mengenai pemesanan dan Pembayaran yang akan dilakukan. 	Ordinal

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah Memesan makanan atau minuman dengan menggunakan Aplikasi Go-Food. Jumlah populasi berdasarkan mahasiswa aktif 2019 yaitu sebanyak 5.029 . lalu teknik untuk pemilihan sampel yang digunakan adalah Purposive Sampling, ialah teknik yang menggunakan pertimbangan diri pribadi secara sengaja dalam memilih anggota populasi yang dianggap sesuai untuk memberikan *information* yang di butuhkan (Prasetyo, 2015)

Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa Universitas Islam Riau
2. Umur 17-25 Tahun
3. konsumen yang sudah pernah Memesan makanan atau minuman dengan menggunakan Aplikasi Go-Food minimal 1 kali dalam situs Gofood.

3.3.2 Sampel

Sampel yang digunakan penelitian ini sebanyak 100 Responden, jumlah Sampel tersebut di dapat melalui rumus solvin.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

pengumpulan data dalam teknik penelitian ini dilakukan secara langsung dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner menggunakan model E-servqual. E-servqual terdiri dari dua kelompok pertanyaan, yaitu kelompok pertanyaan pertama yang bertujuan untuk mengetahui ekspektasi pelanggan terhadap layanan yang akan diberikan perusahaan dan kelompok pertanyaan kedua yang bertujuan untuk mengetahui persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa yang telah diterima.

3.5 Teknik Analisa data

Menurut Sanusi (2017:115) teknik analisis data adalah mendeskripsikan teknik analisis apa yang akan digunakan oleh peneliti untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan, termasuk pengujiannya. Teknik analisis data yang digunakan dalam riset ini menggunakan metode kuantitatif. Data kuantitatif adalah jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung sebagai variabel angka atau bilangan. Dalam mengumpulkan data kuantitatif, peneliti

menggunakan pengujian langsung melalui data - data kuesioner yang telah terkumpul menggunakan aplikasi analisis yaitu SPSS. Adapun beberapa uji yang akan dianalisa dalam riset ini adalah, sebagai berikut:

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk menguji setiap jawaban responden pada setiap dimensi / indikator sesuai dengan keseluruhan variabel. Pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan korelasi antar dimensi dengan total - total dimensi dalam satu variabel. Variabel dinyatakan valid jika korelasi antara tiap dimensi dengan total dimensi $\text{sig} < 0,05$.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk menguji konsistensi responden menjawab kuesioner penelitian tiap variabel. Variabel dinyatakan reliable jika nilai cronbach's alpha $> r$ tabel korelasi pearson.

3.5.3 Pengukuran Electronic service Quality (E-Servqual)

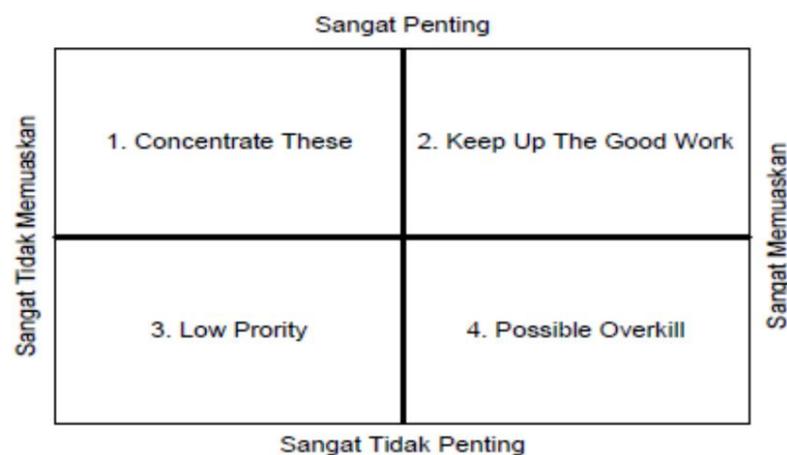
Model *E-Servqual* adalah model kualitas jasa online yang paling komprehensif dan integratif. Komprehensif dan integratif dikarenakan dimensi *e-servqual* sangat relevan dan secara menyeluruh memenuhi kebutuhan untuk mengevaluasi kualitas jasa elektronik (Akbar, 2016). Evaluasi kualitas jasa elektronik menggunakan model *e-servqual* mencakup perhitungan perbedaan diantara nilai yang diberikan para pelanggan untuk setiap pasang pernyataan berkaitan dengan ekspektasi dan persepsi. Skor *e-servqual* untuk setiap pasang

pernyataan, bagi masing-masing pelanggan dapat dihitung berdasarkan rumus berikut: $\text{Skor } E\text{-Servqual} = \text{Skor Persepsi} - \text{Skor Ekspektasi}$

3.5.4 Importance Performance Analysis (IPA)

Menurut Tjiptono (2011) teknik ini dikemukakan pertama kali oleh Martilla dan James pada tahun 1977 dalam artikel mereka “*Importance-Performance Analysis*” yang dipublikasikan di *Journal of Marketing*. Pada teknik ini, responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan dan kinerja perusahaan, kemudian nilai rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja tersebut dianalisis pada *Importance-Performance Matrix*, yang mana sumbu x mewakili persepsi sedangkan sumbu y mewakili harapan. Maka nanti akan didapat hasil berupa empat kuadran berikut:

Gambar 3.1 . Importance Performance matrix



1. Prioritas Utama (*Concentrate Here*)

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap penting dan atau diharapkan konsumen akan tetapi kinerja perusahaan dinilai belum memuaskan

sehingga pihak perusahaan perlu berkonsentrasi untuk mengalokasikan sumber dayanya guna meningkatkan performa yang masuk pada kuadran ini.

2. Pertahankan Prestasi (*Keep Up The Good Work*)

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap penting dan diharapkan sebagai faktor penunjang kepuasan konsumen sehingga perusahaan wajib untuk mempertahankan prestasi kinerja tersebut.

3. Prioritas Rendah (*Low Priority*)

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap mempunyai tingkat persepsi atau kinerja aktual yang rendah dan tidak terlalu penting dan atau tidak terlalu diharapkan oleh

konsumen sehingga perusahaan tidak perlu memprioritaskan atau memberikan perhatian lebih pada faktor-faktor tersebut.

4. Berlebihan (*Possibly Overkill*)

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap tidak terlalu penting dan tidak terlalu diharapkan oleh pelanggan sehingga perusahaan lebih baik mengalokasikan sumber daya yang terkait pada faktor tersebut kepada faktor lain yang lebih memiliki tingkat prioritas lebih tinggi

BAB IV

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

4.1 Sejarah Gojek (Gofood)

Ide Go-Jek muncul saat CEO Go-Jek, Nadiem Makarim, bercengkrama dengan tukang ojek langganannya. Ternyata lebih dari 70% waktu kerjanya hanya menunggu pelanggan. Nadiem Makarim pun langsung wawancara tukang ojek lainnya, ternyata semuanya mengeluh susah cari pelanggan. apalagi di Jakarta kemacetan makin memburuk. Jika ada layanan transport dan delivery yang cepat dan praktis, pasti akan sangat membantu warga Jakarta. Go-Jek merupakan sebuah perusahaan transportasi asal Indonesia yang melayani angkutan manusia dan barang melalui jasa ojek. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2011 di Jakarta oleh Nadiem Makarim. Nadiem Makarim diketahui pernah bekerja di sebuah perusahaan McKinsey & Company sebuah konsultan ternama di Jakarta dan menghabiskan masa selama tiga tahun bekerja disana. Diketahui pula ia pernah bekerja sebagai *Co-Founder* dan *Managing Editor* di Zalora Indonesia kemudian menjadi *Chief Innovation officer* kartuku. berbekal banyak pengalaman selama bekerja, Nadiem Makarim kemudian memberanikan diri untuk berhenti dari pekerjaannya dan mendirikan perusahaan Go-Jek pada tahun 2011.

Kegiatan GO-JEK bertumpu pada tiga nilai pokok: kecepatan, inovasi, dan dampak sosial. Para *driver* GO-JEK mengatakan bahwa pendapatan mereka meningkat semenjak bergabung sebagai mitra, mereka juga mendapatkan santunan kesehatan dan kecelakaan, serta mendapat akses ke lebih banyak pelanggan melalui aplikasi kami.

GO-JEK telah resmi beroperasi di 25 kota besar di Indonesia, termasuk Medan, Batam, Palembang, **Pekanbaru**, Jambi, Padang, Bandar Lampung, Jabodetabek, Bandung, Sukabumi, Yogyakarta, Semarang, Solo, Surabaya, Gresik, Malang, Sidoarjo, Balikpapan, Samarinda, Pontianak, Banjarmasin, Manado, Makassar, Denpasar, dan Mataram.

Go-Jek dapat dipesan melalui Go-Jek *App* yang bisa diunduh melalui *Play Store* maupun *App store*. Dalam 1 bulan pertama aplikasi ini sudah berhasil mencapai 150 ribu *download*, dengan *rating* 4,4 dari 5 bintang. Untuk pembayarannya pun memiliki 2 cara yaitu *cash* atau menggunakan Go-Jek Credit (Go-Pay). Go-Jek Credit adalah metode pembayaran GO-Jek yang dibuat *cashless* dan dapat digunakan untuk membayar semua layanan.

4.2 Sejarah Go-Food

Berjalan hampir tiga tahun, fitur Gofood yang berada di aplikasi Gojek semakin berkembang. Sudah mencapai 125 ribu mitra pedagang yang bergabung dari lebih dari 50 kota di Indonesia. Mulai dijalankan sejak April 2015, perjalanan Gofood ternyata tidak semulus saat ini. CEO Gojek Nadiem Makarim menceritakan, jika awal berdirinya Gojek fitur pesan dan antar makanan belum dilirik untuk dimasukkan. Ketika itu, layanan Gojek hanya terdiri dari transportasi, layanan antar paket, dan layanan berbelanja. Setelah berjalan, layanan berbelanja justru didominasi dengan pemesanan untuk makanan, ketimbang kebutuhan harian yang lain.

Awal berkembang, hanya sekitar lima hingga 10 ribu pedagang saja yang baru masuk. Ketika pertama kali pun, beberapa restoran pun tidak didaftarkan

secara resmi. Namun, GOJEK sendiri yang memasukan menu restoran tersebut. Ketika pengemudi Gojek telah berdatangan ke restoran tersebut, baru Gojek secara resmi mendekati restoran untuk meminta mendaftarkan secara resmi. Cara ini yang dinilai Nadiem, menjadi kunci kepercayaan Gofood yang menghasilkan pelanggan lebih banyak karena tidak terbatas lokasi pedagang. "Tiga bulan aplikasi meluncur terus ada Gofood yang khusus buat beli makanan, Gojek semakin meledak, bahkan jadi food delivery terbesar di dunia setelah Cina," kata Nadiem. Nadiem menyatakan, jika fenomena jasa antar makanan yang berkembang dengan Gojek ini menjadi sebuah kasus yang menarik bagi global. Tidak dipungkiri, dengan terus bertambahnya pengemudi Gojek membuat jasa layanan pesan antar makanan ini menjadi pilihan banyak orang.

Setelah berjalan hingga akan memasuki tahun ketiga, 80 persen dari 125 ribu mitra pedagang merupakan pengusaha kuliner yang masuk kategori pengusaha kecil dan menengah. Bahkan, penjual yang bermodalkan hanya gerobak atau memasak di rumah juga dapat bergabung dan membesarkan industri kuliner Indonesia. Untuk membuat pengguna aplikasi Gojek semakin kepincut, Nadiem mencoba mengembangkan fitur rekomendasi. Nantinya, pengguna bisa mendapatkan saran makanan yang satu selera dari data pemesanan yang sebelumnya pernah dilakukan.

4.3 Logo Perusahaan Gojek

Gambar 4.1

Logo Perusahaan GoJek 2011



Gambar 4.2

Logo Perusahaan GoJek 2020



Gambar 4.3

Logo perusahaan GoFood 2020



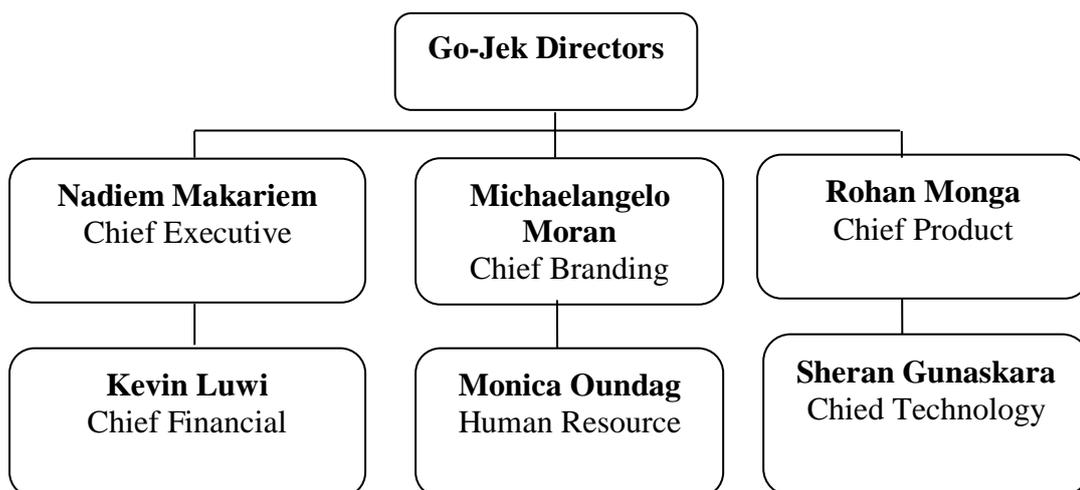
Sumber : go-jek.com

4.4 Aktivitas Gojek(GoFood)

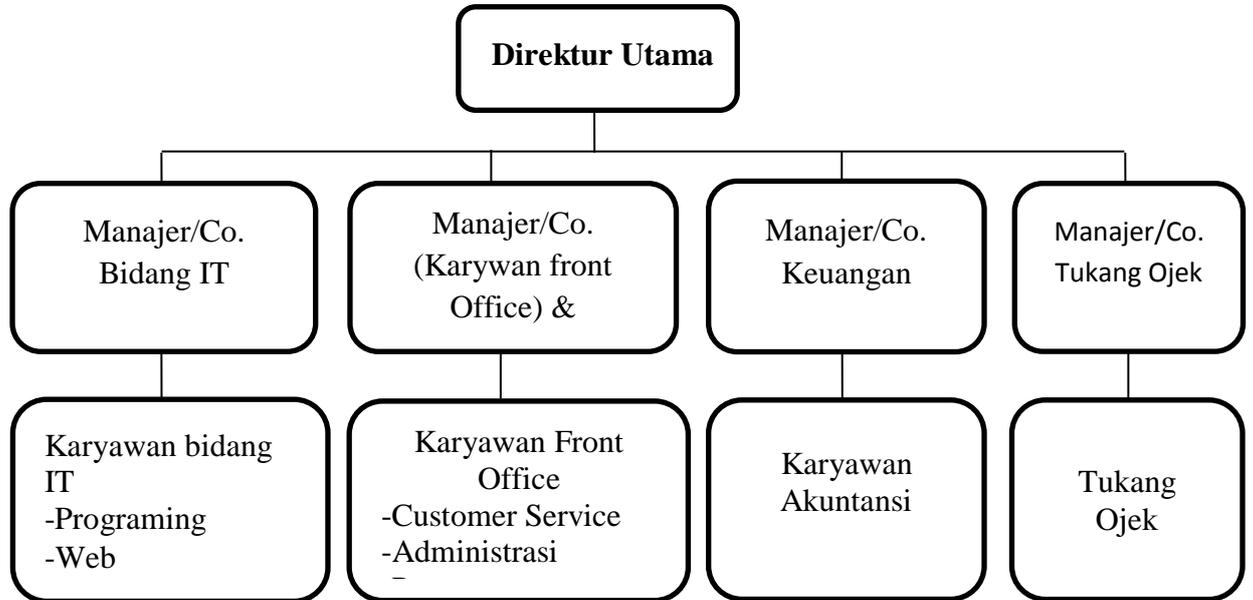
Jasa layanan pesan antar nomer 1 di Indonesia yang bekerjasama dengan lebih dari 30.000 restoran di seluruh Indonesia. Dengan tarif antar yang ditampilkan secara transparan pada aplikasi sesuai jarak tempat pemesanan, Driver gojek beroperasi 24 jam, dikarenakan jumlah driver nya yang banyak di Pekanbaru. Contoh tempat makanan yang tersedia selama 24 jam di Pekanbaru adalah panties pizza, taichan ndoro senayan, waroeng wahid, cafe anugrah 101, Abah burger, green smoothie factory, roso lawas, dapur dipo dan lain lain.

4.5 Struktur Organisasi PT GOJEK Indonesia

4.5.1 Struktur Organisasi Pusat



4.5.2 Struktur Organisasi Regional



BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 100 Responden yang merupakan populasi dari mahasiswa universitas islam riau, Pekanbaru, Kota Pekanbaru. Kuesioner yang disebarakan semuanya telah didistribusikan dan dapat dijadikan data dalam penelitian ini. Adapun karakteristik responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

5.1.1 Jenis Kelamin

Menurut data yang sudah di peroleh dari *respondent* menunjukkan bahwa besaran *respondent* laki-laki sebesar 43 individu dengan persentase 43%. Besaran *respondent* perempuan sebesar 57 induvidu dengan persentase 57%. Selisih *respondent* laki-laki dan perempuan dalam penelitian ini tidak terlalu besar . Hal tersebut menunjukkan bahwa perempuan lebih sedikit dominan suka memesan GoFood, termasuk juga dengan laki laki juga menyukai memesan makanan lewat aplikasi GoFood secara online walau tidak sebanyak perempuan.

Tabel 5.1
Identitas Responden Berdasarkan jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-Laki	43	43
Perempuan	57	57
Total	100	100

Sumber: Data olahan, 2020

5.1.2 Umur

Menurut data yang di peroleh, Responden dalam penelitian ini memiliki umur 18 hingga 20 tahun sebanyak 41 orang dengan persentase 41%. Untuk umur 21 hingga 25 tahun sebanyak 59 orang dengan persentase 59%. Lalu untuk rata-rata umur responden adalah 21 warsa . Hal ini di karenakan umur segitu sudah mempunyai pengalaman dan pengetahuan yang cukup luas tentang dunia internet termasuk dalam memesan makanan sescara online dengan menggunakan aplikasi GoFood.

Tabel 5.2

Identitas Responden Berdasarkan Umur

UMUR	Frekuensi	Persentase (%)
≤ 21 Tahun	41	41
21-23 Tahun	47	47
≥ 23 Tahun	12	12
Total	100	100

Sumber: Data olahan, 2020

5.1.3 Pendapatan/ Uang Jajan

Sebagian besar jumlah uang jajan / Pendapatan per bulan responden ialah sebesar Rp500.000 hingga Rp1.000.000 sebanyak 56 orang dengan persentase 56%. Untuk jumlah pendapatan/uang jajan Rp 1.100.000 hingga Rp 3.000.000 sebanyak 44 orang dengan persentase 44%. Untuk rata-rata jumlah pendapatan/uang jajan sebanyak 1.180.000. Hal tersebut di karenakan kebanyakan responden adalah Mahasiwa yang belum memiliki pekerjaan sehingga dapat disimpulkan bahwa reponden yang suka memesan makanan lewat aplikasi GoFood adalah mahasiswa dengan pendapatan/uang jajan di atas Rp 500.000,

Tabel 5.3
Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan / Uang Jajan

Pendapatan	Frekuensi	Persentase (%)
$\leq Rp500.000$	8	8
500.000 s/d 1.000.000	17	17
1.000.000 s/d 2.000.000	70	70
$\geq Rp2.000.000$	5	5
Total	100	100

Sumber: Data olahan, 2020

5.2 Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menentukan valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu data dikatakan valid jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$. Untuk membuktikan kuesioner valid untuk setiap dimensi dapat dilihat melalui tabel berikut :

Tabel 5.4
Uji Validitas

Variabel	Dimensi	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
E-Servqual	Reliability	Item 1	0,655	0,195	Valid
		Item 2	0,799	0,195	Valid
		Item 3	0,837	0,195	Valid
	Responsivnes	Item 4	0,611	0,195	Valid
		Item 5	0,513	0,195	Valid
		Item 6	0,618	0,195	Valid
		Item 7	0,664	0,195	Valid
	Ease of Use	Item 8	0,717	0,195	Valid
		Item 9	0,708	0,195	Valid
		Item 10	0,723	0,195	Valid

E-Servqual	Dimensi	Pernyataan	R _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
	Security/Privacy	Item11	0,826	0,195	Valid
		Item 12	0,869	0,195	Valid
	Aesthetics	Item 13	0,565	0,195	Valid
		Item 14	0,721	0,195	Valid
		Item15	0,717	0,195	Valid
	Information	Item 16	0,800	0,195	Valid
		Item 17	0,868	0,195	Valid

Sumber: Data olahan, 2020

Berdasarkan table 5.4 diketahui bahwa nilai **R_{hitung}** masing-masing item pernyataan 1 hingga 17 setiap item pernyataan memiliki **R_{hitung} ≥ r_{tabel}**, maka semua variabel dinyatakan valid dan layak menjadi instrument penelitian.

5.3 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas bertujuan untuk menguji konsistensi responden dalam menjawab kuesioner penelitian setiap variabel. Suatu data dinyatakan reliable jika nilai cronbach alpha > r tabel. R tabel untuk df = n-2, yaitu df = 100-2 = 98 dengan signifikansi 0,05 sehingga menghasilkan r tabel sebesar 0,1966. Untuk membuktikan kuesioner reliable untuk setiap dimensi dapat dilihat melalui tabel berikut :

Tabel 5.5
Uji Reliabilitas

Variabel	Dimensi	Cronbach's Alpha	Koefisien Reliabilitas	Keterangan
E-Servqual	Reliability	0,651	0,1966	Reliabel
	Responsivnes	0,407	0,1966	Reliabel
	Ease of Use	0,524	0,1966	Reliabel
	Security/Privacy	0,606	0,1966	Reliabel

Variabel	Dimensi	Cronbach's Alpha	Koefisien Reliabilitas	Keterangan
E-Servqual	Aesthetics	0,369	0,1966	Reliabel
	Information	0,560	0,1966	Reliabel

Sumber: Data olahan, 2020

Berdasarkan tabel 5.5 diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* ke 6 dimensi lebih besar dari koefisien Reliabilitas maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan ke 6 dimensi dinyatakan Reliabel.

5.4 Analisis Deskriptif Dimensi Penelitian

Tabel 5.6
Reliability 1

Tanggapan responden terhadap *Product* yang telah sampai sama seperti yang ada di dalam aplikasi Gofood

Kategori	Persepsi		Ekspetasi	
	Frekuensi	Persentase (%)	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	9	9	8	8
Setuju	56	56	49	49
Kurang Setuju	31	31	43	43
Tidak setuju	4	4	-	-
Sangat tidak setuju	-	-	-	-
JUMLAH	100	100	100	100

Sumber : Data Olah, 2020

Dari tabel di atas terlihat bahwa tanggapan responden mengenai *Product* yang telah sampai sama seperti yang ada di dalam aplikasi Gofood untuk persepsi persentase tertinggi setuju sedengankan untuk ekspetasi juga setuju. Hal ini menunjukkan bahwa *Product* yang telah sampai sama seperti yang ada di dalam aplikasi Gofood dan hal tersebut sudah sesuai dengan apa yang konsumen harapkan.

Tabel 5.7
Reliability 2

Tanggapan responden terhadap *Product* di antarkan dengan tepat waktu dan cepat

Kategori	Persepsi		Ekspetasi	
	Frekuensi	Persentase (%)	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	7	7	23	23
Setuju	37	37	46	46
Kurang Setuju	54	54	29	29
Tidak setuju	2	2	2	2
Sangat tidak setuju	-	-	-	-
JUMLAH	100	100	100	100

Sumber : Data Olah, 2020

Dari tabel di atas terlihat bahwa tanggapan responden mengenai *Product* di antarkan dengan tepat waktu dan cepat. Untuk persepsi persentase tertinggi kurang setuju sedangkan untuk ekspetasi setuju. Hal ini menunjukkan bahwa pengiriman produk kurang tepat waktu dan cepat. Dan konsumen mengharapkan pengiriman produk tepat waktu dan cepat.

Tabel.5.8
Reliability 3

Tanggapan responden terhadap Deskripsi produk dan Total Harga yang dituliskan di Aplikasi Gofood selalu akurat dengan realitanya

Kategori	Persepsi		Ekspetasi	
	Frekuensi	Persentase (%)	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	11	11	19	19
Setuju	31	31	45	45
Kurang Setuju	56	56	35	35
Tidak setuju	2	2	1	1
Sangat tidak setuju	-	-	-	-
JUMLAH	100	100	100	100

Sumber : Data Olah, 2020

Dari tabel di atas terlihat bahwa tanggapan responden mengenai Deskripsi produk dan Total Harga yang dituliskan di Aplikasi Gofood selalu akurat dengan realitanya untuk persepsi persentase tertinggi kurang setuju sedangkan untuk ekspetasi setuju. Hal ini menunjukkan bahwa Deskripsi produk dan Total Harga yang dituliskan di Aplikasi Gofood kurang akurat dengan realitanya. Dan konsumen mengharapkan Deskripsi produk dan Total Harga yang dituliskan di Aplikasi Gofood selalu akurat dengan realitanya

Tabel 5.9

Responsivnes 1

Tanggapan responden terhadap Gofood menangani proses transaksi dengan baik

Kategori	Persepsi		Ekspetasi	
	Frekuensi	Persentase (%)	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	12	12	20	20
Setuju	44	44	49	49
Kurang Setuju	43	43	29	29
Tidak setuju	1	1	2	2
Sangat tidak setuju	-	-	-	-
JUMLAH	100	100	100	100

Sumber : Data Olah, 2020

Dari tabel di atas terlihat bahwa tanggapan responden mengenai Gofood menangani proses transaksi dengan baik untuk persepsi persentase tertinggi setuju sedangkan untuk ekspetasi juga setuju. Hal ini menunjukkan bahwa Gofood menangani proses transaksi dengan baik, dan sesuai dengan harapan konsumen

Tabel 5.10

Responsivnes 2

Tanggapan responden terhadap kurir Gofood langsung menelfon konsumen yang baru saja memesan

Kategori	Persepsi		Ekspetasi	
	Frekuensi	Persentase (%)	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	8	8	17	17
Setuju	31	31	45	45
Kurang Setuju	58	58	34	34
Tidak setuju	3	3	4	4
Sangat tidak setuju	-	-	-	-
JUMLAH	100	100	100	100

Sumber : Data Olah, 2020

Dari tabel di atas terlihat bahwa tanggapan responden mengenai kurir Gofood langsung menelfon konsumen yang baru saja memesan untuk persepsi persentase tertinggi kurang setuju sedangkan untuk ekspetasi setuju. Hal ini menunjukkan bahwa tidak semua kurir Gofood langsung menelfon konsumen yang baru saja memesan. dan harapan Konsumen kurir Gofood langsung menelfon konsumen yang baru saja memesan

Tabel 5.11
Responsivnes 3

Tanggapan responden terhadap Permasalahan yang ada selalu di tangani dengan segera oleh GoFood

Kategori	Persepsi		Ekspetasi	
	Frekuensi	Persentase (%)	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	18	18	11	11
Setuju	46	46	57	57
Kurang Setuju	29	29	26	26
Tidak setuju	7	7	6	6
Sangat tidak setuju	-	-	-	-
JUMLAH	100	100	100	100

Sumber : Data Olah, 2020

Dari tabel di atas terlihat bahwa tanggapan responden mengenai Permasalahan yang ada selalu di tangani dengan segera oleh GoFood untuk persepsi persentase tertinggi Setuju sedangkan untuk ekspetasi juga setuju. Hal ini menunjukkan Permasalahan yang ada selalu di tangani dengan segera oleh GoFood dan hal tersebut sudah sesuai dengan harapan konsumen.

Tabel 5.12
Responsivnes 4

Tanggapan responden terhadap Permasalahan yang bukan kesalahan dari konsumen, GoFood selalu memberikan pertanggung jawaban atas masalah tersebut

Kategori	Persepsi		Ekspetasi	
	Frekuensi	Persentase (%)	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	23	23	17	17
Setuju	47	47	53	53
Kurang Setuju	28	28	27	27
Tidak setuju	2	2	3	3
Sangat tidak setuju	-	-	-	-
JUMLAH	100	100	100	100

Sumber : Data Olah, 2020

Dari tabel di atas terlihat bahwa tanggapan responden mengenai Permasalahan yang bukan kesalahan dari konsumen, GoFood selalu memberikan pertanggung jawaban atas masalah tersebut untuk persepsi persentase tertinggi setuju sedangkan untuk ekspetasi setuju. Hal ini menunjukkan bahwa Permasalahan yang bukan kesalahan dari konsumen, GoFood selalu memberikan pertanggung jawaban atas masalah tersebut. dan hal tersebut sesuai dengan apa yang di harapan konsumen.

Tabel 5.13
Ease of Use 1

Tanggapan responden terhadap Pada Halaman Aplikasi GoFood tidak mengalami *error* saat melakukan Proses transaksi

Kategori	Persepsi		Ekspetasi	
	Frekuensi	Persentase (%)	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	19	19	8	8
Setuju	43	43	45	45
Kurang Setuju	36	36	41	41
Tidak setuju	2	2	6	6
Sangat tidak setuju	-	-	-	-
JUMLAH	100	100	100	100

Sumber : Data Olah, 2020

Dari tabel di atas terlihat bahwa tanggapan responden mengenai Pada Halaman Aplikasi GoFood tidak mengalami *error* saat melakukan Proses transaksi untuk persepsi persentase tertinggi setuju sedangkan untuk ekspetasi juga setuju. Hal ini menunjukkan bahwa Pada Halaman Aplikasi GoFood tidak mengalami *error* saat melakukan Proses transaksi dan sesuai dengan harapan konsumen.

Tabel 5.14
Ease of Use 2

Tanggapan responden terhadap Jenis makanan dan minuman sudah di kelompokkan sesuai dengan selera konsumen

Kategori	Persepsi		Ekspetasi	
	Frekuensi	Persentase (%)	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	22	22	11	11
Setuju	49	49	47	47
Kurang Setuju	28	28	36	36
Tidak setuju	1	1	6	6

Kategori	Persepsi		Ekspetasi	
	Frekuensi	Persentase (%)	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat tidak setuju	-	-	-	-
JUMLAH	100	100	100	100

Sumber : Data Olah, 2020

Dari tabel di atas terlihat bahwa tanggapan responden mengenai Jenis makanan dan minuman sudah dikelompokkan sesuai dengan selera konsumen untuk persepsi persentase tertinggi setuju sedangkan untuk ekspektasi juga setuju. Hal ini menunjukkan bahwa Jenis makanan dan minuman sudah dikelompokkan sesuai dengan selera konsumen, dan hal tersebut sesuai dengan harapan konsumen.

Tabel 5.15
Ease of Use 3

Tanggapan responden terhadap Mudah menemukan letak kolom pencarian di aplikasi

Kategori	Persepsi		Ekspetasi	
	Frekuensi	Persentase (%)	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	12	12	12	12
Setuju	49	49	44	44
Kurang Setuju	37	37	41	41
Tidak setuju	2	2	3	3
Sangat tidak setuju	-	-	-	-
JUMLAH	100	100	100	100

Sumber : Data Olah, 2020

Dari tabel di atas terlihat bahwa tanggapan responden mengenai Mudah menemukan letak kolom pencarian di aplikasi untuk persepsi persentase tertinggi setuju sedangkan untuk ekspektasi juga setuju. Hal ini menunjukkan bahwa

Mudah menemukan letak kolom pencarian di aplikasi, dan sesuai dengan harapan konsumen.

Tabel 5.16
Security / Privacy 1

Tanggapan responden mengenai Perlindungan GoFood terhadap data terkait debit, gopay, kartu kredit lalu hal yang bersifat Privacy lainnya selalu aman

Kategori	Persepsi		Ekspetasi	
	Frekuensi	Persentase (%)	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	11	11	11	11
Setuju	54	54	47	47
Kurang Setuju	28	28	38	38
Tidak setuju	7	7	4	4
Sangat tidak setuju	-	-	-	-
JUMLAH	100	100	100	100

Sumber : Data Olah, 2020

Dari tabel di atas terlihat bahwa tanggapan responden mengenai Perlindungan GoFood terhadap data terkait debit, gopay, kartu kredit lalu hal yang bersifat Privacy lainnya selalu aman untuk persepsi persentase tertinggi kurang setuju sedangkan untuk ekspetasi setuju. Hal ini menunjukkan bahwa Perlindungan GoFood terhadap data terkait debit, gopay, kartu kredit lalu hal yang bersifat Privacy lainnya selalu aman. dan sesuai dengan apa yang di harapkan konsumen.

Tabel 5.17
Security / Privacy 2

Tanggapan responden terhadap Aman dan dapat di percaya transaksi yang dilakukan oleh aplikasi GoFood

Kategori	Persepsi		Ekspetasi	
	Frekuensi	Persentase (%)	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	18	18	13	13
Setuju	42	42	41	41
Kurang Setuju	38	38	37	37
Tidak setuju	2	2	9	9
Sangat tidak setuju	-	-	-	-
JUMLAH	100	100	100	100

Sumber : Data Olah, 2020

Dari tabel di atas terlihat bahwa tanggapan responden terhadap Aman dan dapat di percaya transaksi yang dilakukan oleh aplikasi GoFood untuk persepsi persentase tertinggi setuju sedangkan untuk ekspektasi juga setuju. Hal ini menunjukkan bahwa Aman dan dapat di percaya transaksi yang dilakukan oleh aplikasi GoFood. dan sesuai dengan apa yang di harapkan konsumen.

Tabel 5.18
Aesthetics 1

Tanggapan responden terhadap di dalam Aplikasi GoFood jenis tulisan yang di gunakan nyaman dan mudah untuk di baca

Kategori	Persepsi		Ekspetasi	
	Frekuensi	Persentase (%)	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	17	17	7	7
Setuju	48	48	53	53
Kurang Setuju	34	34	27	27
Tidak setuju	1	1	13	13
Sangat tidak setuju	-	-	-	-
JUMLAH	100	100	100	100

Sumber : Data Olah, 2020

Dari tabel di atas terlihat bahwa tanggapan responden mengenai di dalam Aplikasi GoFood jenis tulisan yang di gunakan nyaman dan mudah untuk di baca untuk

persepsi persentase tertinggi setuju sedangkan untuk ekspektasi juga setuju. Hal ini menunjukkan bahwa di dalam Aplikasi GoFood jenis tulisan yang di gunakan nyaman dan mudah untuk di baca, dan sesuai dengan apa yang harapkan konsumen.

Tabel 5.19

Aesthetics 2

Tanggapan responden terhadap Aplikasi GoFood secara tampilan mudah untuk dipahami

Kategori	Persepsi		Ekspektasi	
	Frekuensi	Persentase (%)	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	13	13	13	13
Setuju	45	45	44	44
Kurang Setuju	41	41	41	41
Tidak setuju	1	1	2	2
Sangat tidak setuju	-	-	-	-
JUMLAH	100	100	100	100

Sumber : Data Olah, 2020

Dari tabel di atas terlihat bahwa tanggapan responden mengenai Aplikasi GoFood secara tampilan mudah untuk dipahami, untuk persepsi persentase tertinggi setuju sedangkan untuk ekspektasi juga setuju. Hal ini menunjukkan bahwa Aplikasi GoFood secara tampilan mudah untuk dipahami dan sudah sesuai dengan harapan konsumen.

Tabel 5.20

Aesthetics 3

Tanggapan responden terhadap Tampilan makanan / Minuman yang datang sama persis seperti yang ada di dalam aplikasi Gofood

Kategori	Persepsi		Ekspetasi	
	Frekuensi	Persentase (%)	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	8	8	29	29
Setuju	19	19	36	36
Kurang Setuju	64	64	34	34
Tidak setuju	9	9	1	1
Sangat tidak setuju	-	-	-	-
JUMLAH	100	100	100	100

Sumber : Data Olah, 2020

Dari tabel di atas terlihat bahwa tanggapan responden mengenai Tampilan makanan / Minuman yang datang sama persis seperti yang ada di dalam aplikasi Gofood, untuk persepsi persentase tertinggi kurang setuju sedangkan untuk ekspektasi setuju. Hal ini menunjukkan bahwa Tampilan makanan / Minuman yang datang belum sama persis seperti yang ada di dalam aplikasi Gofood. Dan konsumen mengharapkan Tampilan makanan / Minuman yang datang sama persis seperti yang ada di dalam aplikasi Gofood

Tabel 5.21

Information 1

Tanggapan responden terhadap Informasi mengenai ketersediaan makanan atau minuman yang ada di Aplikasi Gofood selalu benar.

Kategori	Persepsi		Ekspetasi	
	Frekuensi	Persentase (%)	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	12	12	11	11
Setuju	34	34	56	56
Kurang Setuju	50	50	29	29
Tidak setuju	4	4	4	4
Sangat tidak setuju	-	-	-	-
JUMLAH	100	100	100	100

Sumber : Data Olah, 2020

Dari tabel di atas terlihat bahwa tanggapan responden mengenai Informasi mengenai ketersediaan makanan atau minuman yang ada di Aplikasi Gofood selalu benar. Untuk persepsi persentase tertinggi kurang setuju sedangkan untuk ekspektasi setuju. Hal ini menunjukkan bahwa Informasi mengenai ketersediaan makanan atau minuman yang ada di Aplikasi Gofood tidak selalu benar, dan konsumen mengharapkan Informasi mengenai ketersediaan makanan atau minuman yang ada di Aplikasi Gofood selalu benar.

Tabel.5.22

Information 2

Tanggapan responden terhadap di sampaikan dengan jelas Informasi mengenai pemesanan dan Pembayaran yang akan dilakukan.

Kategori	Persepsi		Ekspektasi	
	Frekuensi	Persentase (%)	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	14	14	15	15
Setuju	42	42	39	39
Kurang Setuju	39	39	37	37
Tidak setuju	5	5	9	9
Sangat tidak setuju	-	-	-	-
JUMLAH	100	100	100	100

Sumber : Data Olah, 2020

Dari tabel di atas terlihat bahwa tanggapan responden mengenai di sampaikan dengan jelas Informasi mengenai pemesanan dan Pembayaran yang akan dilakukan. Untuk persepsi persentase tertinggi setuju sedangkan untuk ekspektasi setuju. Hal ini menunjukkan bahwa di sampaikan dengan jelas Informasi mengenai pemesanan dan Pembayaran yang akan dilakukan, dan sudah sesuai dengan apa yang di harapkan konsumen.

5.5 Nilai Ekspektasi

Berikut cara hitung atau rumus yang digunakan untuk menghitung rata-rata nilai ekspektasi pengguna aplikasi GoFood, yaitu digunakan rumus (Pondaag G. E. Deo, dkk, 2017:10)

$$THi = \frac{\Sigma Hi}{N}$$

Penjelasan :

THi = Nilai ekspektasi pelayanan terhadap indikator pelayanan i

ΣHi = Total jawaban responden terhadap indikator pelayanan i

N = Total responden

Rumus yang dipakai untuk menghitung rata-rata nilai ekspektasi tiap dimensi kualitas pelayanan yaitu:

$$Hj = \frac{\Sigma THi}{nj}$$

Dimana:

Hj = Rata-rata nilai ekspektasi pelanggan pada dimensi j

ΣTHi = Nilai ekspektasi pelayanan terhadap indikator pelayanan i

Nj = Total responden

Berdasarkan pada hasil penjumlahan ekspektasi, pernyataan *indicator* ketiga oleh dimensi *Aesthetics* Tampilan makanan / Minuman yang datang sama persis seperti yang ada di dalam aplikasi Gofood (A3) mempunyai angka peringkat ekspektasi paling tinggi, yakni sebanyak 3.93 . Artinya pelanggan sangat

menghapkan tampilan produk makanan atau minuman yang datang sama persis seperti yang ada di dalam Aplikasi Gofood tersebut. Sementara itu, untuk *indicator* pernyataan dengan penjumlahan ekspektasi paling rendah ialah pernyataan pertama pada dimensi *Aesthetics* juga, yakni didalam Aplikasi GoFood jenis tulisan yang di gunakan nyaman dan mudah untuk di baca (A1), yakni sebanyak 3,54 dalam artian yakni pelanggan menganggap perkara tersebut tidak menjadi problem bagi pengguna aplikasi GoFood seandainya jenis tulisan di dalam aplikasi tersebut tidak begitu nyaman saat dibaca.

Lalu untuk dimensi *e-servqual* ekspektasi pada rata-rata paling tinggi ialah pada dimensi *Responsivnes* , yakni sebanyak 3,80. Sedangkan , pada dimensi *Ease of Use* menjadi dimensi dengan jumlah rata-rata ekspektasi paling rendah, yakni sebanyak 3,61.

5.6 Nilai Persepsi

Berikut rumus atau cara hitung yang digunakan untuk menjumlah nilai persepsi pengguna aplikasi GoFood, yaitu digunakan rumus (Pondaag G. E. Deo, dkk, 2017:11)

$$T_{pi} = \frac{\Sigma P}{N}$$

Penjelasan :

N = total jumlah *respondent*

ΣP = total nilai tanggapan *respondent*

T_{pi} = jumlah persepsi pelanggan pada *indicator* layanan i

Bersumber pada hasil penjumlahan persepsi pada e-servqual GoFood Pekanbaru, *indicator* pernyataan kedua oleh dimensi *Ease of use*, yakni Jenis makanan sudah dikelompokkan sesuai dengan Selera Konsumen (E2), mempunyai jumlah persepsi paling tinggi, yakni sebanyak 3.92. Perihal tersebut membuktikan bahwa pelanggan menyukai makanan dan minuman yang sudah di kelompokkan sesuai dengan selera konsumen di aplikasi GoFood. Sedangkan untuk indikator pernyataan ketiga dari dimensi *Aesthetics* Tampilan makanan / Minuman yang datang sama persis seperti yang ada di dalam aplikasi Gofood (A3), mempunyai jumlah persepsi paling rendah, yakni sebanyak 3,26. perihal tersebut membuktikan bahwa sebagian besar pelanggan merasa masih kurang puas dengan kinerja GoFood dalam mempersembahkan tampilan makanan / minuman yang persis seperti yang ada di aplikasi GoFood.

Lalu pada dimensi dengan jumlah persepsi paling tinggi ialah dimensi *Ease of use* yakni sebanyak 3,51. lalu untuk dimensi yang mempunyai jumlah persepsi paling rendah ialah dimensi *Reliability*, dengan jumlah persepsi sebanyak 3,57.

5.7 Analisis *E-servqual*

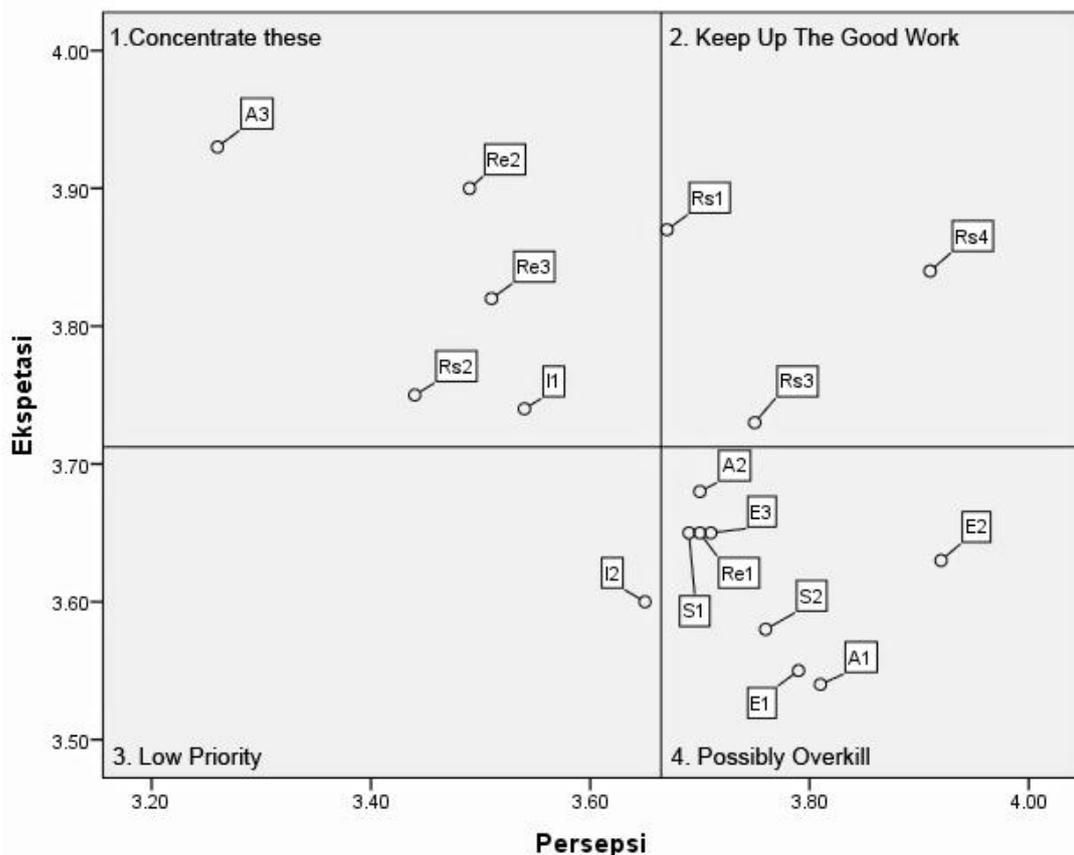
Berdasarkan jumlah nilai *E-servqual* terdapat *gap* yang besar antara persepsi dan ekspektasi pelanggan untuk *indicator* pernyataan Tampilan makanan / Minuman yang datang sama persis seperti yang ada di dalam aplikasi Gofood (A3) dengan jarak *gap* sebanyak -0.67. Hal tersebut menyatakan bahwa GoFood kurang teliti saat menyamakan tampilan makanan atau minuman yang sesuai seperti di dalam aplikasi Gofood tersebut.

Sedangkan untuk indikator pernyataan Jenis makanan dan minuman sudah di kelompok kan sesuai dengan selera konsumen (E2) memiliki positif, yakni sebanyak 0,29. Hal tersebut menyatakan bahwa pelanggan tidak terlalu mengharapkan Jenis makanan dan minuman sudah di kelompok kan sesuai dengan selera konsumen, akan tetapi jika hal tersebut dilakukan, pelanggan akan merasa sangat puas dengan pelayanan GoFood.

5.8 Analisis Kesesuaian Kepuasan Pelanggan

berdasarkan perbedaan antara persepsi atas pelayanan yang telah di terima dengan apa yang di harapkan pelanggan sebagai tingkat pengukuran kepuasan lalu di dapat nilai tingkat kesesuaian pada pelayanan aplikasi GoFood berupa tampilan persen (%) lalu Berdasarkan persentase tersebut akan di tentukan mana pelayanan yang menjadi pengutamakan untuk di tingkatkan, nilai rata-rata tingkat kesesuaian kepuasan konsumen sebesar 98,72%.

5.9 Analisis Importance Performance Analisis



Kuadran 1 (*Concentrate These*)

Berdasarkan kuadran 1 Terdapat 5 indikator pernyataan yang harus di tingkatkan , yaitu:

1. Tampilan makanan / Minuman yang datang sama persis seperti yang ada di dalam aplikasi Gofood (A3) Menurut diagram ipa di atas, dapat disimpulkan bahwa Tampilan makanan / Minuman yang datang tidak sama persis seperti yang ada di dalam aplikasi Gofood.
2. *Product* di antarkan dengan tepat waktu dan cepat (Re2), Menurut salah satu konsumen, pengiriman barang yang dilakukan Gofood tidak selalu tepat waktu. Konsumen sering mengalami keterlambatan waktu yang lumayan lama, hal ini di karenakan lamanya kurir saat mengantri makanan, kurir salah masuk gang karna gps yang kurang akurat dan perjalanan yang terkadang macet.
3. Deskripsi produk dan Total Harga yang dituliskan di Aplikasi Gofood selalu akurat dengan realitanya (Re3), menurut salah satu konsumen, total harga yang di tulis di aplikasi gofood terkadang berbeda dengan harga sebenarnya, sehingga penjual harus menelfon konsumen untuk memberi tahu bahwa harganya sudah berubah atau berbeda dengan yang ada di aplikasi gofood.
4. Kurir GoFood langsung menelfon konsumen yang baru saja memesan makanan (Rs2), menurut salah satu konsumen, kurir gofood tidak selalu

langsung menelfon konsumen , tetapi ada juga yang hanya lewat chat, dan ada juga yang tanpa Respond sama sekali.

5. Informasi mengenai ketersediaan makanan atau minuman yang ada di Aplikasi Gofood selalu benar (I1), Menurut salah satu konsumen, informasi mengenai ketersediaan produk makanan atau minuman terkadang tidak sesuai dengan yang ada di aplikasi Gofood, misalnya makanan yang sudah tidak tersedia atau sold out, tetapi makanan tersebut masih di tampilkan di Aplikasi Gofood.

Kuadran 2 (*Keep Up The Good Work*)

Berdasarkan kuadran dua, diperoleh 3 *indicator* pernyataan yang harus di pertahankan, yakni:

1. GoFood menangani proses transaksi dengan Baik (Rs1). pelanggan merasa prosedur transaksi yang dilakukan oleh Gofood sangat bagus. Kondisi tersebut terjadi karena sebagian besar pelanggan merasakan proses transaksi berjalan dengan baik, cepat, dan aman.
2. Permasalahan yang ada selalu di tangani dengan segera oleh GoFood (Rs3) menurut pemetaan diagram IPA di atas, Gofood sudah menangani permasalahan yang ada dengan segera, dan hal ini perlu di pertahankan.
3. Permasalahan yang bukan kesalahan dari konsumen, GoFood selalu memberikan pertanggung jawaban atas masalah tersebut (Rs4). GoFood sangat bertanggung jawab atas kesalahan yang bukan dari pelanggan. Hal ini terlihat pada diagram Ipa di atas.

Kuadran 3 (*Low Priority*)

Berdasarkan kuadran 3, hanya terdapat 1 indikator pernyataan yang dapat di pertimbangkan , yaitu:

1. Di sampaikan dengan jelas Informasi mengenai pemesanan dan Pembayaran yang akan dilakukan. (I2)

Kuadran 4 (*Possible Overkill*)

Berdasarkan kuadran 4, terdapat 8 *indicator* pernyataan yang kinerjanya bagus akan tetapi tingkat kepentingannya rendah, yaitu:

1. *Product* yang telah sampai sama seperti yang ada di dalam aplikasi Gofood (R1).
2. Pada Halaman Aplikasi GoFood tidak mengalami *error* saat melakukan Proses transaksi (E1)
3. Jenis makanan sudah dikelompokkan sesuai dengan Selera Konsumen (E2)
4. Mudah menemukan letak kolom pencarian di aplikasi (E3)
5. Di dalam Aplikasi GoFood jenis tulisan yang di gunakan nyaman dan mudah untuk di baca (A1)
6. Aplikasi GoFood secara tampilan mudah untuk dipahami (A2)
7. Perlindungan GoFood terhadap data terkait debit, gopay, kartu kredit lalu hal yang bersifat Privacy lainnya selalu aman (S1)
8. Aman dan dapat di percaya transaksi yang dilakukan oleh aplikasi GoFood (S2)

5.10 Pembahasan Penelitian

Berdasarkan hasil perhitungan ekspektasi dan persepsi dari ke enam dimensi E-Service Quality, di temukan bahwa terdapat *gap* di sebagian *indicator*, kecuali salah satu dari *indcator* pernyataan kedua pada dimensi *Ease of Use* dan *indicator* pernyataan pertama dari dimensi *Aesthetics* yang bernilai positif, yakni Jenis makanan dan minuman sudah di kelompok kan sesuai dengan selera konsumen (E2), dengan nilai 0,29 Di dalam Aplikasi GoFood jenis tulisan yang di gunakan nyaman dan mudah untuk di baca (A1) dengan nilai 0,27. Sedangkan *indicator* pernyataan tentang Tampilan makanan / Minuman yang datang sama persis seperti yang ada di dalam aplikasi Gofood (A3) dan *Product* di antarkan dengan tepat waktu dan cepat (Re2), menjadi pernyataan dengan selisih *gap* paling besar, yakni -0,67 dan - 0,41. Jika dilihat dari setiap dimensi *E-Service quality*, dimensi dengan nilai *gap* tertinggi ialah dimensi *Reliability* dengan nilai rata-rata yakni -0,22 sedangkan dimensi dengan *gap* terendah adalah dimensi *Information* sebesar -0,07. Jika dilihat dari hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa kualitas Pelayanan Gofood pada ke enam dimensi belum memenuhi ekspektasi konsumen, oleh karena itu pihak manajemen Gofood harus melakukan perbaikan pada sebagian dimensi tersebut terutama dimensi *Reliability*, *Responsivnes*, *Aesthetics* dan dimensi *Information*.

Perolehan nilai rata-rata tingkat kesesuaian kepuasan konsumen Gofood adalah sebesar 98,72%. Hal ini menunjukkan bahwa layanan Gofood secara keseluruhan sudah memenuhi 98,72% ekspektasi pelanggan. Terdapat enam indikator pernyataan yang berada dibawah nilai rata-rata tingkat kesesuaian kepuasan konsumen dengan indikator Tampilan makanan / Minuman yang

datang sama persis seperti yang ada di dalam aplikasi Gofood (A3) menjadi indikator pernyataan yang harus menjadi prioritas pertama dalam perbaikan kualitas layanan Gofood, dengan nilai 82,95%. Selanjutnya terdapat sebelas indikator pernyataan yang berada di atas nilai rata-rata tingkat kesesuaian kepuasan konsumen, dengan *indicator* pernyataan Jenis makanan sudah dikelompokkan sesuai dengan Selera Konsumen (E2) menjadi *indicator* dengan nilai paling tinggi, yakni 107,99% artinya konsumen sudah merasa sangat puas dengan pelayanan Gofood tersebut.

Berdasarkan pemetaan melalui grafik importance performance analysis (IPA) di atas, di ketahui bahwa :

- a. Kuadran pertama berisi indikator pernyataan yang menjadi prioritas perbaikan kinerja, kuadran ini terdiri dari:
 1. Tampilan makanan /Minuman yang datang sama persis seperti yang ada di dalam aplikasi Gofood (A3)
 2. *Product* di antarkan dengan tepat waktu dan cepat (Re2)
 3. Deskripsi produk dan Total Harga yang dituliskan di Aplikasi Gofood selalu akurat dengan realitanya (Re3)
 4. Kurir GoFood langsung menelfon konsumen yang baru saja memesan makanan (Rs2)
 5. Informasi mengenai ketersediaan makanan atau minuman yang ada di Aplikasi Gofood selalu benar (I1)
- b. Pada kuadran kedua perlu di pertahankan kinerja karena pelanggan sudah merasa puas dengan kinerja yang di berikan oleh aplikasi Gofood. Kuadran ini di tempati oleh:

1. GoFood menangani proses Transaksi dengan Baik (Rs1)
 2. Permasalahan yang ada selalu di tangani dengan segera oleh GoFood (Rs3)
 3. Permasalahan yang bukan kesalahan dari konsumen, GoFood selalu memberikan pertanggung jawaban atas masalah tersebut (Rs4)
- c. *Indicator* pernyataan kualitas Gofood pada kuadran ketiga, yaitu bagian yang harus di perhatikan oleh gofood meskipun dimata konsumen hal tersebut tidak terlalu penting untuk dilakukan, Kuadran ini ditempati oleh:
1. Di sampaikan dengan jelas Informasi mengenai pemesanan dan Pembayaran yang akan dilakukan. (I2)
- d. Kuadran keempat perlu di pertahankan kualitas pelayanannya meskipun menurut konsumen hal yang di lakukan tidak terlalu penting di mata konsumen. Kuadran ini terdiri dari:
1. *Product* yang telah sampai sama seperti yang ada di dalam aplikasi Gofood (Re1)
 2. Pada Halaman Aplikasi GoFood tidak mengalami *error* saat melakukan Proses transaksi (E1)
 3. Jenis makanan sudah dikelompokan sesuai dengan Selera Konsumen (E2)
 4. Mudah menemukan letak kolom pencarian di aplikasi (E3)
 5. Di dalam Aplikasi GoFood jenis tulisan yang di gunakan nyaman dan mudah untuk di baca (A1)

6. Aplikasi GoFood secara tampilan mudah untuk dipahami (A2)
7. Perlindungan GoFood terhadap data terkait debit, gopay, kartu kredit lalu hal yang bersifat Privacy lainnya selalu aman (S1)
8. Aman dan dapat di percaya transaksi yang dilakukan oleh aplikasi GoFood (S2)

Secara umum dapat disimpulkan bahwa terdapat kesenjangan antara Persepsi dan Ekspetasi Pelanggan terhadap kualitas pelayanan gofood di Pekanbaru.

Hasil penelitian ini sejalan deangan penelitian Pondaag G. E. Deo, A Parsu Parasuraman, dan John A Martilla; John C James.

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang terdapat pada bab v maka dapat di perolah beberapa kesimpulan , kesimpulan ini sebagai jawaban atas rumusan masalah yang terdapat pada Bab I . Kesimpulan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Layanan Gofood di pekanbaru khususnya di kampus universitas islam Riau secara keseluruhan sudah memenuhi 98,72% Harapan Pelanggan.
Secara keseluruhan 6 Dimensi Elektronik kualitas layanan Gofood di Pekanbaru belum memenuhi 100% kepuasan konsumen , masih ada 4 dimensi yang harus di perbaiki, yaitu dimensi *Reliability*, *Responsivness*, *Aesthetics* dan *Information*.
2. Setelah di uji dengan menggunakan metode importance Performance Analysis terdapat beberapa indikator yang kinerjanya harus di perbaiki yaitu:
 - a. Untuk dimensi Aethetics pernyataan no 3
 1. Tampilan makanan / Minuman yang datang harus sama persis seperti yang ada di dalam aplikasi Gofood
 - b. Untuk dimensi Reliability pernyataan nomor 2
 1. Produk harus dikirimkan dengan cepat dan tepat waktu
 - c. Untuk dimensi Reliability Pernyataan nomor 3
 1. Deskripsi produk dan Total Harga yang dituliskan di Aplikasi Gofood harus selalu akurat dengan realitanya.

- d. Untuk dimensi Responsiveness Pernyataan nomor 3
 - 1. Kurir GoFood harus langsung menelfon konsumen yang baru saja memesan makanan .
- e. Untuk dimensi infomation Pernyataan nomor 1
 - 1. Informasi mengenai ketersediaan makanan atau minuman yang ada di Aplikasi Gofood harus selalu benar dan selalu di update setiap menit
- 3. Berdasarkan hasil nilai ekspetasi dan persepsi dari ke enam dimensi E-Servqual ditemukan bahwa terdapat kesenjangan atau selisih antara Persepsi dan Ekspetasi layanan aplikasi Gofood di pekanbaru.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil kuisoner, Pengolahan data maupun analisa yang di lakukan, berikut adalah saran yang diberikan:

- 1. Untuk akademis
 - a. Karena terbatasnya kuesioner yang di sebarakan pada saat penelitian, yakni penelitian dilakukan di kampus universitas islam riau khususnya kota Pekanbaru, oleh karena itu penyebaran kuesioner mengenai kualitas pelayanan disarankan untuk menyebarkan kuesiner di luar kampus, agar melibatkan jumlah sampel yang lebih besar dan juga dapat memperluas ruang lingkup.
 - b. Dikarenakan GoFood sebagai salah satu jasa pesan antar makanan online saat ini di pekanbaru , akan lebih baik lagi jika dilakukan

sebuah perbandingan antara aplikasi pesan antar online lainnya, contohnya seperti GrabFood dan komptertitor lainnya.

2. Untuk perusahaan

Perusahaan GoFood harus biasa dan mampu memperbaiki masalah utama pada kualitas pelayanan yang belum sesuai dengan ekspetasi Pelanggan, yang paling utama pada *indicator* yang berada pada kuadran pertama di grafik pemetaan IPA, yaitu :

- f. Tampilan makanan / Minuman yang datang sama persis seperti yang ada di dalam aplikasi Gofood (A3)
- g. *Product* di antarkan dengan tepat waktu dan cepat (R2)
- h. Deskripsi produk dan Total Harga yang dituliskan di Aplikasi Gofood selalu akurat dengan realitanya (Re3)
- i. Kurir GoFood langsung menelfon konsumen yang baru saja memesan makanan (Rs2)
- j. Informasi mengenai ketersediaan makanan atau minuman yang ada di Aplikasi Gofood selalu benar (I1)

DAFTAR PUSTAKA

- Agency, D. (2019, Febuari 1). *Data digital Indonesia 2019*. Retrieved 10 5, 2019, from Tomato Digital Indoneisa: <http://tomato.co.id/data-digital-indonesia-2019/>
- Ario Arzaq Akbar (2016). Pengaruh *E-service Quality* Terhadap *E-customer Satisfaction* Dan *E-customer Loyalty* Pada Lazada.co.id
- Asmuji. 2012. Manajemen Keperawatan: Konsep dan Aplikasi. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Bisnis, P. M., Manajemen, P. S., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2016). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek Melalui Kepuasan Pelanggan. 4(2), 95–100.
- Brilliant Pongayow (2016). Analisis Ekspektasi dan Persepsi Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan Kartu AS (Survei pada Mahasiswa Institusi Teknologi Harapan Bangsa)
- Deo, P. G. E. (2017). Analisis Kualitas Layanan Lazada Dengan Menggunakan Metode E-Servqual Dan IPA. *Journal of Accounting and Business Studies*, 2(1), 1–19.
- Dwina Agustin."Awal mula Gofood". [Republika.co.id. https://republika.co.id/berita/gaya-hidup/kuliner/18/01/12/p2fro6328-nadiem-makarim-bagi-cerita-soal-awal-mula-gofood](https://republika.co.id/berita/gaya-hidup/kuliner/18/01/12/p2fro6328-nadiem-makarim-bagi-cerita-soal-awal-mula-gofood) (diakses 26 maret 2020)
- Jakarta, D. K. I., Tinjauan, D., & Bauran, P. (2018). Kajian Tingkat Kepuasan Konsumen Go-Food Di Promosi Dan Kualitas Layanan. September, 5–6.
- Lia Natalia (2012). Analisis Faktor Persepsi Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Untuk Berbelanja Pada Giant Hypermart Bekasi Mohamad Iqbal (2012). Pengaruh Persepsi Nilai, Harapan, Dan kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Penyedia Jasa Internet di JABODETABEK

- Martilla, J. A., & James, J. C. (1977). Importance-performance analysis. *Journal of Marketing*, 41(1), 77–79.
- Mira Amelia (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Siswa Dalam Mengikuti Kursus di Lembaga Bimbingan Belajar (Studi pada Siswa SMA Lembaga Bimbingan Belajar IPIEMS Cabang Banyumanik Semarang)
- Sari, N., & Yuniarti, Y. (2011). Analysis Of Go Jek E-Service Quality And Its Effect On Customer Satisfaction In Jambi City. 2002, 16–20.
- Sastika, W. (2017). Pelanggan Belanja Online Shoppe (Studi Kasus : Pelanggan Shoppe Di Kota Bandung 2017).
- Supranto, 2001, Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta, 230,243
- Sony Agung Prasetyo (2015). Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang
- Sousa, R., Yeung, A. C. L., & Cheng, T. C. E. (2008). Customer heterogeneity in operational e-service design attributes: An empirical investigation of service quality. *International Journal of Operations and Production Management*, 28(7), 592–614. <https://doi.org/10.1108/01443570810881776>
- Tjiptono, Fandy., Gregorius Chandra. (2011). Service, Quality, & Satisfaction, Edisi 3 Yogyakarta: Andi
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Malhotra, A. (2002). Service quality delivery through web sites: A critical review of extant knowledge. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 30(4), 362–375. <https://doi.org/10.1177/009207002236911>

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



I. IDENTITAS

Nama : Ryan Ogi Kastari
NPM : 165210544
Tempat / Tgl. Lahir : Bengkalis, 1 Desember 1998
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Jl.Wonosari Tengah

II. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamatan SDN 027 Wonosari Tengah Bengkalis pada tahun 2010
2. Tamatan MTsN Bengkalis 2013
3. Tamatan SMAN 2 Bengkalis pada tahun 2016

III. IDENTITAS ORANG TUA

1. Nama Ayah : Suyino
2. Nama Ibu : Astiti
3. Pekerjaan Ayah : Petani
4. Pekerjaan Ibu : IRT
5. Alamat : Jl.Wonosari Tengah

Lampiran 1

Kuesioner Penelitian Analisis Kualitas layanan Gofood Pekanbaru dengan menggunakan Metode E-ServQual dan Importance Performance Analysis Pada Mahasiswa Universitas Islam Riau

A. Identitas Responden

Nama dan Npm :
Jenis Kelamin :
Usia :
Pendapatan / Uang jajan :

B. Pernyataan

Petunjuk Pengisian:

Pada bagian ini Anda diminta untuk menentukan tingkat Ekspetasi dan Persepsi terhadap atribut-atribut dalam pelayanan GoFood di kota Pekanbaru.

- **Tingkat Eksptasi** menyatakan seberapa sesuai , menurut Ekspetasi Anda, kualitas pelayanan Gofood di Pekanbaru.
- **Tingkat Persepsi** menyatakan seberapa Sesuai, menurut Persepsi Anda, kualitas pelayanan Gofood di Pekanbaru.

Berilah tanda (√) pada pilihan yang sesuai dengan pendapat Anda.

Contoh:

Apabila menurut Anda **Kualitas Pelayanan Elektronik Gofood di pekanbaru** adalah **Sesuai** dengan **Ekspetasi** atau **Persepsi** anda dan memiliki tingkat Kesesuaian **Sangat Sesuai**, maka berilah tanda (√) pada kolom **Tingkat Kesesuaian S (Sesuai)** dan **Tingkat Kesesuaian SS (Sangat Sesuai)**, seperti contoh di bawah ini.

No	Dimensi	Tingkat Ekspetasi					Tingkat Persepsi				
		STS	TS	KS	S	SS	STS	TS	KS	S	SS
1	Kualitas Layanan Elektronik				√						√

Keterangan:

Tingkat Ekspetasi	Tingkat Persepsi
1. STS = Sangat tidak sesuai	1. STS = Sangat Tidak Sesuai
2. TS = Tidak Sesuai	2. TS = Tidak Sesuai
3. KS = Kurang Sesuai	3. KS = Kurang Sesuai
4. S = Sesuai	4. S = Sesuai
5. SS = Sangat Sesuai	5. SS = Sangat Sesuai

Lampiran 2
data mentah Kuesioner

Dimensi Reliability

NO	(RE) EKSPETASI			TOTAL SKOR	(RE) PERSEPSI			TOTAL SKOR
	1	2	3		1	2	3	
1	3	4	4	11	3	3	3	9
2	3	3	4	10	3	2	3	8
3	3	4	4	11	3	3	4	10
4	3	4	4	11	3	3	3	9
5	3	3	4	10	4	3	3	10
6	4	4	4	12	4	4	4	12
7	3	5	3	11	4	3	3	10
8	3	3	3	9	5	4	3	12
9	3	4	4	11	4	3	3	10
10	4	5	5	14	4	3	4	11
11	3	4	4	11	3	4	4	11
12	3	3	3	9	3	3	3	9
13	3	4	5	12	4	3	4	11
14	3	3	4	10	4	3	3	10
15	3	3	3	9	5	4	3	12
16	5	2	3	10	5	4	3	12
17	3	3	2	8	3	3	2	8
18	3	3	3	9	3	3	3	9
19	3	4	4	11	3	3	3	9
20	3	3	4	10	3	4	3	10
21	3	4	3	10	3	4	3	10
22	4	5	4	13	4	3	4	11
23	4	4	4	12	4	3	4	11
24	3	4	4	11	3	4	3	10
25	4	4	4	12	4	4	3	11
26	3	3	4	10	3	3	4	10
27	3	4	3	10	4	3	3	10
28	3	4	4	11	4	3	4	11
29	4	5	4	13	4	3	3	10
30	4	5	5	14	4	5	4	13
31	4	5	4	13	4	3	4	11
32	3	4	4	11	4	4	4	12

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

72	3	4	4	11	3	3	4	10
73	4	4	4	12	3	3	4	10
74	4	4	4	12	2	3	4	9
75	4	4	4	12	4	4	3	11
76	3	4	5	12	3	3	5	11
77	3	4	3	10	3	4	3	10
78	3	4	4	11	3	4	4	11
79	4	3	3	10	4	3	3	10
80	4	3	4	11	4	4	3	11
81	3	3	3	9	3	4	3	10
82	5	5	5	15	5	3	5	13
83	4	3	4	11	3	5	4	12
84	4	5	5	14	4	3	3	10
85	4	3	4	11	3	3	4	10
86	4	5	5	14	3	3	5	11
87	4	3	3	10	2	3	3	8
88	4	4	4	12	2	4	3	9
89	4	4	4	12	2	3	4	9
90	4	4	4	12	4	3	3	10
91	4	4	4	12	4	3	4	11
92	4	3	4	11	5	3	4	12
93	4	3	3	10	4	3	3	10
94	4	5	5	14	4	3	3	10
95	4	3	4	11	4	4	4	12
96	4	3	4	11	4	3	4	11
97	5	4	5	14	4	4	5	13
98	5	5	5	15	4	4	5	13
99	4	4	3	11	4	3	3	10
100	4	3	3	10	4	3	3	10
TOTAL SKOR				1137				1070
RATA-RATA SKOR				3.79				3.57

Dimensi Responsivness

NO	(RS) EKSPETASI				TOTAL SKOR	(RS) PERSEPSI				TOTAL SKOR
	1	2	3	4		1	2	3	4	
1	4	3	4	3	14	3	3	3	3	12
2	2	3	4	3	12	3	3	3	3	12
3	5	3	4	3	15	3	3	4	3	13
4	3	4	4	4	15	4	3	4	4	15
5	3	3	4	4	14	3	3	5	4	15
6	4	3	4	4	15	4	3	5	4	16
7	3	3	4	4	14	3	3	5	5	16
8	5	4	4	4	17	4	4	4	5	17
9	4	4	3	4	15	3	3	5	5	16
10	4	3	4	4	15	3	3	4	4	14
11	4	4	3	5	16	3	3	5	5	16
12	3	4	3	4	14	3	3	5	3	14
13	4	3	4	4	15	4	4	5	3	16
14	4	4	4	4	16	4	3	4	3	14
15	4	3	4	4	15	3	3	4	3	13
16	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16
17	3	3	4	3	13	4	4	4	4	16
18	3	3	2	4	12	3	4	2	4	13
19	4	5	4	3	16	3	3	3	4	13
20	4	4	4	3	15	4	3	3	4	14
21	4	3	4	4	15	3	3	3	4	13
22	4	4	4	3	15	4	3	3	4	14
23	4	2	4	3	13	3	3	3	3	12
24	4	3	4	3	14	4	4	3	3	14
25	4	3	4	3	14	2	3	3	4	12
26	3	3	4	4	14	3	3	3	4	13
27	3	4	3	3	13	3	3	3	4	13
28	4	4	3	3	14	4	3	3	3	13
29	4	4	4	4	16	3	3	4	4	14
30	5	3	5	5	18	5	5	5	5	20
31	4	4	4	4	16	4	3	4	4	15
32	5	3	2	2	12	5	4	2	2	13
33	4	3	3	3	13	3	3	3	3	12
34	3	4	3	3	13	4	3	3	3	13
35	3	2	4	4	13	3	3	4	4	14
36	5	3	4	3	15	3	3	4	4	14

37	3	4	4	3	14	3	3	4	4	14
38	4	5	4	4	17	3	5	4	4	16
39	3	3	3	4	13	4	4	4	4	16
40	3	3	3	4	13	3	3	4	4	14
41	5	5	3	3	16	5	3	4	4	16
42	3	5	5	5	18	3	5	5	5	18
43	4	4	3	4	15	3	3	3	4	13
44	5	3	5	5	18	4	4	5	5	18
45	3	4	3	4	14	3	3	4	3	13
46	4	5	4	5	18	3	3	4	5	15
47	3	2	4	4	13	4	3	4	3	14
48	3	5	4	4	16	3	4	3	4	14
49	5	2	5	5	17	3	4	5	5	17
50	3	4	2	4	13	4	4	2	3	13
51	4	5	3	4	16	3	4	4	4	15
52	4	5	3	4	16	3	5	4	4	16
53	4	4	4	4	16	3	5	4	4	16
54	4	3	4	3	14	3	5	4	3	15
55	2	5	4	2	13	4	5	4	2	15
56	5	5	4	4	18	3	4	4	4	15
57	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16
58	5	4	5	5	19	4	4	5	5	18
59	5	4	5	5	19	5	4	5	5	19
60	4	4	3	3	14	4	4	4	3	15
61	5	4	5	5	19	4	4	5	5	18
62	5	3	4	4	16	5	4	4	4	17
63	4	3	3	3	13	4	3	4	3	14
64	3	3	3	3	12	4	5	4	3	16
65	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19
66	4	4	4	5	17	5	3	4	5	17
67	4	4	3	4	15	3	4	4	4	15
68	4	3	4	5	16	3	2	4	5	14
69	4	4	4	5	17	5	4	4	5	18
70	4	4	4	5	17	4	2	3	5	14
71	4	4	4	5	17	4	4	3	5	16
72	3	4	2	4	13	4	4	2	4	14
73	3	4	3	4	14	4	4	3	5	16
74	3	4	4	4	15	4	4	4	5	17
75	4	4	3	4	15	5	4	3	4	16

76	5	5	3	4	17	4	3	3	4	14
77	4	4	4	4	16	3	2	4	3	12
78	4	4	3	4	15	3	3	4	3	13
79	3	4	4	4	15	3	4	4	3	14
80	4	4	4	4	16	4	3	4	4	15
81	4	4	4	4	16	3	4	4	4	15
82	3	5	5	5	18	4	3	5	5	17
83	5	4	4	4	17	4	3	3	4	14
84	4	5	4	5	18	4	3	4	5	16
85	3	4	4	4	15	4	3	3	3	13
86	4	3	3	4	14	5	3	3	4	15
87	3	5	3	4	15	3	3	3	4	13
88	4	4	2	4	14	4	3	2	4	13
89	3	4	2	4	13	4	3	2	3	12
90	4	4	4	4	16	4	3	4	4	15
91	4	3	4	3	14	4	3	3	4	14
92	4	3	3	3	13	4	3	3	3	13
93	3	3	4	4	14	4	3	4	4	15
94	3	5	4	3	15	4	3	4	4	15
95	5	4	4	4	17	4	3	4	4	15
96	4	3	5	2	14	4	3	5	3	15
97	5	5	5	3	18	5	3	5	5	18
98	4	4	3	4	15	5	4	3	4	16
99	4	3	4	3	14	3	3	2	3	11
100	4	3	4	3	14	3	3	3	3	12
TOTAL SKOR					1519					1477
RATA-RATA SKOR					3.80					3.69

Dimensi Ease of Use

NO	(E) EKSPETASI			TOTAL SKOR	(E) PERSEPSI			TOTAL SKOR
	1	2	3		1	2	3	
1	3	4	3	10	3	3	3	9
2	3	4	3	10	3	3	3	9
3	3	4	3	10	3	3	3	9
4	2	4	3	9	4	3	3	10
5	3	4	3	10	4	5	4	13
6	2	3	4	9	4	5	4	13
7	3	3	4	10	4	5	4	13
8	3	3	4	10	4	5	5	14
9	3	3	4	10	5	4	4	13
10	2	3	4	9	4	4	4	12
11	3	3	4	10	5	4	3	12
12	3	3	4	10	4	4	3	11
13	3	3	4	10	4	4	4	12
14	3	3	4	10	3	5	4	12
15	3	4	4	11	3	5	5	13
16	5	4	4	13	4	5	5	14
17	3	4	4	11	4	5	3	12
18	3	2	4	9	4	4	3	11
19	3	3	3	9	4	4	3	11
20	3	3	3	9	4	4	3	11
21	3	3	4	10	4	3	3	10
22	2	3	3	8	4	3	4	11
23	2	3	3	8	3	3	4	10
24	3	3	3	9	3	3	3	9
25	2	4	3	9	4	3	4	11
26	3	4	4	11	4	4	3	11
27	3	4	3	10	5	4	4	13
28	3	4	3	10	3	4	4	11
29	3	4	4	11	3	3	4	10
30	3	5	4	12	5	3	4	12
31	3	4	4	11	3	4	4	11
32	3	2	2	7	2	4	4	10
33	3	4	3	10	3	4	4	11
34	3	4	3	10	3	3	4	10
35	3	4	4	11	4	3	4	11
36	3	4	3	10	4	3	4	11

37	3	4	3	10	4	3	4	11
38	3	4	3	10	4	3	4	11
39	3	4	4	11	4	3	3	10
40	4	4	3	11	3	3	3	9
41	4	4	3	11	3	3	4	10
42	5	5	4	14	5	4	5	14
43	3	3	3	9	4	4	4	12
44	5	5	4	14	5	4	5	14
45	3	3	3	9	3	4	4	11
46	4	3	4	11	5	3	4	12
47	4	3	3	10	3	4	3	10
48	4	3	4	11	4	4	3	11
49	5	5	4	14	5	5	5	15
50	4	2	3	9	3	5	4	12
51	4	3	4	11	4	4	3	11
52	4	3	4	11	4	4	3	11
53	4	3	4	11	4	5	4	13
54	4	3	3	10	3	5	4	12
55	4	4	2	10	2	5	4	11
56	4	4	4	12	4	3	4	11
57	4	4	4	12	4	4	4	12
58	4	5	5	14	5	5	4	14
59	4	5	5	14	5	5	3	13
60	4	4	3	11	3	5	3	11
61	4	5	5	14	5	5	3	13
62	4	4	4	12	4	3	3	10
63	3	4	3	10	3	5	3	11
64	3	4	3	10	3	4	3	10
65	4	5	5	14	5	5	4	14
66	5	4	5	14	5	4	3	12
67	4	4	4	12	4	4	4	12
68	3	4	5	12	5	4	4	13
69	3	4	5	12	5	4	4	13
70	4	4	5	13	5	4	4	13
71	4	4	5	13	5	4	5	14
72	4	2	4	10	4	4	3	11
73	4	3	4	11	5	4	3	12
74	4	4	3	11	3	3	2	8
75	4	3	4	11	4	4	4	12

76	4	3	3	10	4	5	3	12
77	4	4	3	11	3	5	3	11
78	4	3	3	10	3	4	3	10
79	4	4	4	12	3	5	4	12
80	4	4	4	12	4	4	4	12
81	3	3	3	9	4	4	3	11
82	5	5	5	15	5	3	5	13
83	4	3	3	10	4	4	3	11
84	4	4	5	13	3	4	4	11
85	4	4	3	11	3	4	3	10
86	4	4	4	12	4	4	3	11
87	4	4	3	11	4	4	3	11
88	4	2	4	10	4	4	3	11
89	4	2	3	9	3	4	2	9
90	4	3	4	11	3	4	4	11
91	4	3	4	11	3	4	4	11
92	4	3	3	10	3	4	5	12
93	4	3	3	10	3	2	5	10
94	4	3	4	11	4	4	5	13
95	4	3	4	11	4	4	5	13
96	4	5	2	11	3	4	4	11
97	5	5	5	15	3	3	4	10
98	5	4	4	13	4	3	4	11
99	3	4	3	10	3	3	4	10
100	3	4	3	10	3	3	4	10
TOTAL SKOR				1083				1142
RATA-RATA SKOR				3.61				3.81

Dimensi Scurity / Privacy

NO	(S) EKSPETASI		SKOR TOTAL	(S) PERSEPSI		SKOR TOTAL
	1	2		1	2	
1	3	4	7	3	3	6
2	3	3	6	3	3	6
3	3	4	7	4	3	7
4	4	3	7	4	4	8
5	4	3	7	4	4	8
6	4	3	7	4	4	8
7	4	3	7	4	5	9
8	4	4	8	4	5	9
9	4	4	8	4	5	9
10	4	4	8	4	4	8
11	4	4	8	4	5	9
12	4	3	7	4	3	7
13	4	4	8	4	3	7
14	4	3	7	4	3	7
15	4	4	8	4	3	7
16	4	3	7	4	4	8
17	4	3	7	4	4	8
18	4	3	7	2	4	6
19	3	4	7	3	4	7
20	3	4	7	3	4	7
21	4	3	7	3	4	7
22	4	4	8	3	4	7
23	3	3	6	3	5	8
24	4	2	6	4	5	9
25	3	4	7	4	4	8
26	3	3	6	4	4	8
27	3	3	6	4	4	8
28	4	3	7	4	3	7
29	4	4	8	4	4	8
30	4	5	9	5	5	10
31	4	3	7	4	4	8
32	4	4	8	2	2	4
33	4	3	7	3	3	6
34	4	3	7	3	3	6
35	4	3	7	4	4	8
36	4	3	7	4	4	8

37	4	3	7	3	4	7
38	4	4	8	3	4	7
39	4	3	7	3	4	7
40	4	3	7	3	4	7
41	4	3	7	3	4	7
42	5	4	9	5	5	10
43	4	2	6	3	4	7
44	4	4	8	5	5	10
45	4	4	8	4	3	7
46	4	4	8	4	5	9
47	2	2	4	4	4	8
48	4	3	7	3	5	8
49	4	5	9	5	5	10
50	4	2	6	2	5	7
51	3	3	6	4	4	8
52	5	5	10	4	3	7
53	5	5	10	4	3	7
54	5	5	10	4	3	7
55	5	5	10	4	2	6
56	5	5	10	4	3	7
57	4	4	8	4	4	8
58	4	4	8	5	5	10
59	4	4	8	5	5	10
60	4	5	9	4	3	7
61	4	4	8	5	5	10
62	5	5	10	4	4	8
63	5	5	10	4	3	7
64	5	5	10	4	3	7
65	4	4	8	5	5	10
66	3	4	7	4	5	9
67	3	3	6	4	4	8
68	3	3	6	4	3	7
69	3	3	6	4	3	7
70	3	3	6	3	3	6
71	3	4	7	3	3	6
72	4	4	8	2	4	6
73	4	4	8	3	3	6
74	3	4	7	4	3	7
75	3	4	7	3	4	7

76	3	4	7	3	4	7
77	3	3	6	4	3	7
78	5	4	9	4	3	7
79	3	3	6	4	3	7
80	3	4	7	4	4	8
81	3	2	5	4	4	8
82	5	5	10	5	4	9
83	3	3	6	3	4	7
84	3	3	6	4	4	8
85	3	3	6	3	3	6
86	3	4	7	3	4	7
87	3	3	6	3	4	7
88	2	3	5	2	4	6
89	2	4	6	2	3	5
90	3	2	5	4	3	7
91	3	2	5	3	3	6
92	2	2	4	3	3	6
93	3	4	7	4	4	8
94	3	4	7	4	4	8
95	3	2	5	4	3	7
96	3	4	7	5	3	8
97	3	5	8	5	3	8
98	3	4	7	3	3	6
99	3	4	7	2	3	5
100	3	4	7	4	3	7
TOTAL SKOR			723	745		
RATA-RATA SKOR			3.62	3.73		

Dimensi Aesthetics

NO	(A) EKSPETASI			SKOR TOTAL	(A) PERSEPSI			SKOR TOTAL
	1	2	3		1	2	3	
1	4	3	3	10	4	3	3	10
2	4	3	3	10	4	3	3	10
3	4	3	3	10	4	3	3	10
4	4	3	4	11	4	3	4	11
5	4	4	3	11	4	4	3	11
6	4	4	4	12	4	4	3	11
7	2	3	5	10	4	3	3	10
8	4	3	4	11	4	3	3	10
9	2	3	3	8	4	3	3	10
10	4	3	4	11	4	3	3	10
11	2	4	3	9	4	4	2	10
12	2	3	3	8	4	3	3	10
13	4	4	4	12	3	4	5	12
14	3	4	3	10	3	4	4	11
15	2	3	5	10	3	3	3	9
16	4	3	4	11	3	3	5	11
17	4	3	4	11	3	3	4	10
18	4	3	3	10	3	3	4	10
19	3	5	3	11	5	5	4	14
20	3	4	4	11	3	4	3	10
21	3	4	3	10	3	4	4	11
22	3	4	4	11	4	4	4	12
23	3	4	4	11	4	4	3	11
24	4	3	4	11	3	3	3	9
25	3	3	2	8	3	3	3	9
26	3	3	3	9	3	3	3	9
27	3	3	3	9	4	3	3	10
28	4	4	4	12	4	4	3	11
29	4	3	3	10	4	3	3	10
30	5	4	5	14	3	4	4	11
31	4	3	4	11	4	3	3	10
32	4	5	5	14	3	5	3	11
33	3	4	5	12	3	4	3	10
34	3	3	4	10	4	3	3	10
35	3	4	3	10	4	4	3	11
36	3	5	3	11	3	5	3	11

37	3	3	3	9	4	3	3	10
38	5	5	3	13	5	5	3	13
39	4	3	4	11	3	3	3	9
40	4	3	3	10	3	3	3	9
41	4	4	5	13	5	4	3	12
42	5	5	3	13	5	5	5	15
43	4	4	3	11	4	4	2	10
44	4	4	4	12	3	4	3	10
45	4	3	3	10	4	3	2	9
46	4	4	3	11	5	4	4	13
47	4	4	4	12	4	4	2	10
48	4	4	4	12	5	4	3	12
49	4	4	5	13	2	4	5	11
50	4	3	4	11	4	3	2	9
51	4	3	3	10	5	3	3	11
52	5	3	3	11	5	3	3	11
53	5	3	3	11	4	3	3	10
54	5	3	4	12	3	3	3	9
55	5	4	4	13	5	4	3	12
56	4	4	5	13	5	4	5	14
57	4	4	5	13	4	4	5	13
58	4	5	5	14	4	5	3	12
59	4	5	5	14	4	5	4	13
60	4	4	4	12	5	4	5	14
61	4	5	5	14	5	5	4	14
62	4	5	5	14	5	5	5	15
63	4	3	4	11	4	3	3	10
64	4	5	4	13	4	5	3	12
65	4	5	5	14	4	5	4	13
66	4	4	5	13	3	4	3	10
67	4	4	5	13	4	4	4	12
68	2	4	5	11	3	4	4	11
69	4	4	5	13	4	4	3	11
70	2	4	5	11	3	4	3	10
71	4	4	5	13	3	4	4	11
72	4	4	5	13	3	4	3	10
73	4	4	5	13	3	4	3	10
74	4	4	5	13	3	4	4	11
75	3	4	5	12	4	4	2	10

76	3	4	5	12	5	4	3	12
77	2	3	3	8	3	3	4	10
78	3	3	3	9	4	3	4	11
79	4	3	3	10	3	3	3	9
80	3	4	4	11	4	4	3	11
81	4	4	3	11	3	4	3	10
82	3	5	5	13	5	5	2	12
83	3	2	4	9	3	2	3	8
84	3	4	4	11	5	4	3	12
85	3	3	4	10	3	3	3	9
86	3	4	5	12	3	4	2	9
87	3	4	3	10	4	4	3	11
88	3	3	4	10	3	3	2	8
89	3	3	4	10	3	3	3	9
90	3	3	4	10	4	3	3	10
91	4	4	4	12	4	4	3	11
92	4	3	4	11	4	3	3	10
93	2	4	4	10	4	4	3	11
94	2	3	4	9	4	4	3	11
95	2	4	4	10	4	4	3	11
96	2	3	3	8	4	4	3	11
97	2	5	5	12	5	5	3	13
98	4	4	5	13	4	3	3	10
99	4	2	3	9	4	3	3	10
100	4	3	3	10	4	3	4	11
TOTAL SKOR				1115				1077
RATA-RATA SKOR				3.72				3.59

Dimensi Information

NO	(I) EKSPETASI		SKOR TOTAL	(I) PERSEPSI		SKOR TOTAL
	1	2		1	2	
1	3	4	7	3	4	7
2	3	4	7	4	3	7
3	3	4	7	3	4	7
4	3	4	7	3	3	6
5	3	4	7	3	3	6
6	4	4	8	4	3	7
7	3	4	7	3	3	6
8	3	4	7	3	4	7
9	3	4	7	3	4	7
10	3	4	7	5	4	9
11	3	4	7	3	4	7
12	3	3	6	3	3	6
13	3	4	7	3	4	7
14	3	3	6	3	3	6
15	3	4	7	3	4	7
16	3	3	6	3	3	6
17	4	3	7	4	3	7
18	4	3	7	4	3	7
19	3	4	7	3	4	7
20	3	4	7	3	4	7
21	3	3	6	3	3	6
22	3	4	7	3	4	7
23	3	3	6	3	3	6
24	4	2	6	4	2	6
25	4	4	8	3	4	7
26	4	3	7	3	3	6
27	4	3	7	3	3	6
28	4	3	7	3	3	6
29	4	4	8	4	4	8
30	4	5	9	4	5	9
31	4	3	7	4	3	7
32	4	4	8	4	4	8
33	4	3	7	3	3	6
34	4	3	7	3	3	6
35	4	3	7	3	3	6
36	4	3	7	3	3	6

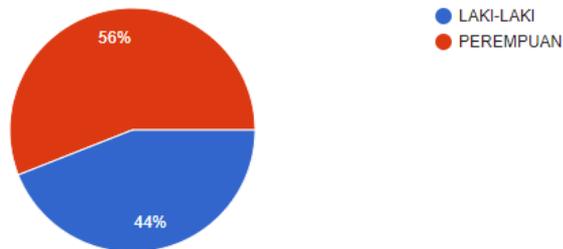
37	4	4	8	4	4	8
38	4	4	8	4	4	8
39	4	3	7	3	3	6
40	4	5	9	3	5	8
41	4	3	7	3	3	6
42	5	5	10	5	5	10
43	3	2	5	3	2	5
44	4	4	8	4	4	8
45	4	4	8	4	4	8
46	3	4	7	3	4	7
47	2	2	4	2	2	4
48	4	3	7	4	3	7
49	4	5	9	4	5	9
50	4	2	6	3	2	5
51	4	3	7	3	3	6
52	5	5	10	5	5	10
53	5	5	10	5	5	10
54	5	5	10	5	5	10
55	5	5	10	5	5	10
56	5	5	10	5	5	10
57	4	4	8	4	4	8
58	4	4	8	4	4	8
59	4	4	8	4	4	8
60	4	5	9	4	5	9
61	4	4	8	4	4	8
62	5	5	10	5	5	10
63	5	5	10	5	5	10
64	5	5	10	5	5	10
65	4	4	8	4	4	8
66	4	4	8	4	4	8
67	4	3	7	4	4	8
68	4	3	7	4	4	8
69	4	3	7	3	4	7
70	4	3	7	4	4	8
71	4	3	7	3	4	7
72	4	3	7	4	4	8
73	4	3	7	4	4	8
74	4	4	8	4	4	8
75	4	4	8	4	4	8

76	3	4	7	3	4	7
77	3	3	6	3	3	6
78	5	4	9	5	4	9
79	3	3	6	3	3	6
80	4	4	8	4	4	8
81	4	2	6	4	2	6
82	5	5	10	5	5	10
83	3	3	6	3	3	6
84	3	3	6	3	3	6
85	3	3	6	3	3	6
86	3	4	7	3	4	7
87	4	3	7	3	3	6
88	2	3	5	2	3	5
89	2	3	5	2	3	5
90	4	2	6	3	4	7
91	4	2	6	4	4	8
92	2	2	4	2	3	5
93	4	4	8	3	3	6
94	4	3	7	4	3	7
95	4	2	6	3	3	6
96	4	3	7	3	3	6
97	4	5	9	3	3	6
98	4	4	8	3	4	7
99	4	4	8	4	4	8
100	4	3	7	3	3	6
TOTAL SKOR			734	719		
RATA-RATA SKOR			3.67	3.60		

Data Google Forms Karakteristik Responden

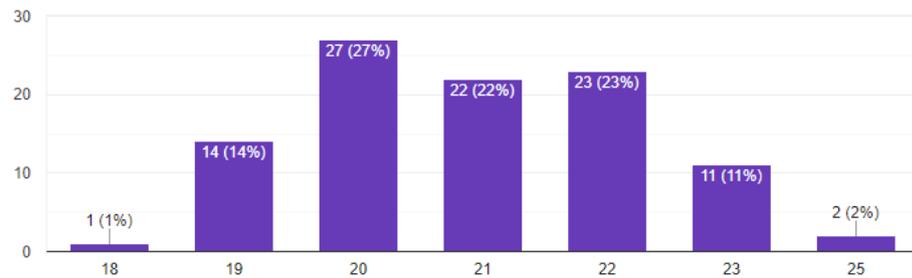
JENIS KELAMIN :

100 tanggapan



USIA :

100 tanggapan



PENDAPATAN ATAU UANG JAJAN / BULAN :

100 tanggapan

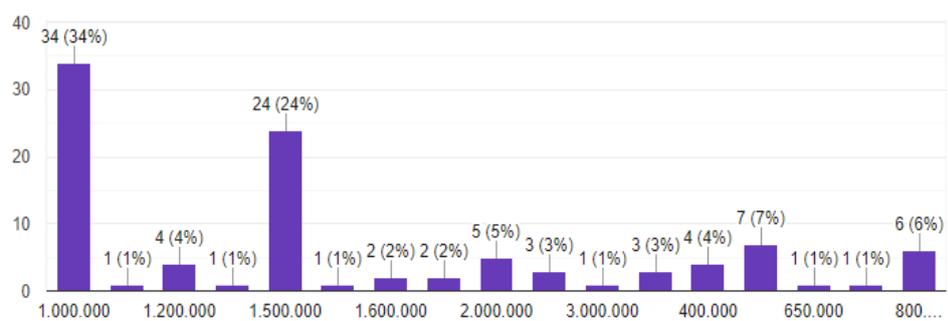
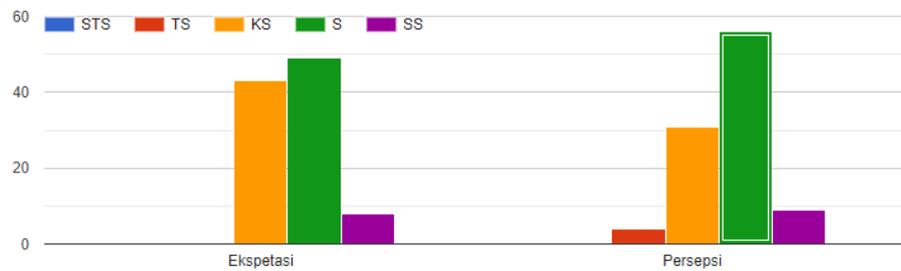


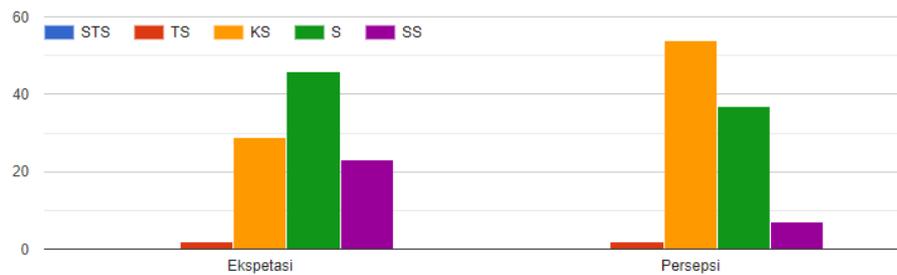
Diagram jawaban Respoden

DIMENSI RELIABILITY

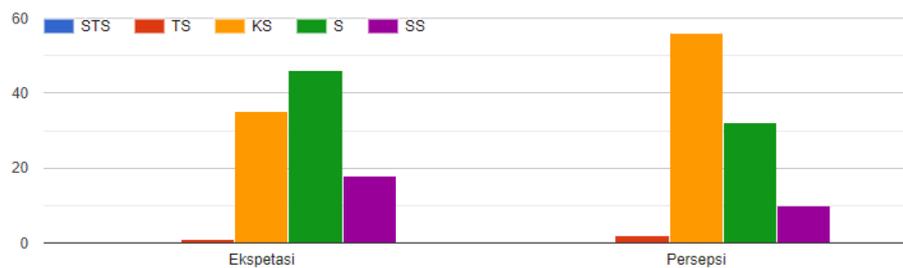
1. Produk yang datang sama seperti yang ada di dalam aplikasi Gofood



2. Produk dikirimkan dengan cepat dan tepat waktu

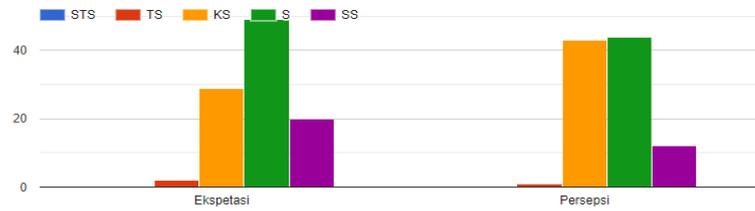


3. Total Harga dan deskripsi barang yang dituliskan di Aplikasi Gofood selalu akurat dengan kenyataannya



DIMENSI RESPONSIVENESS

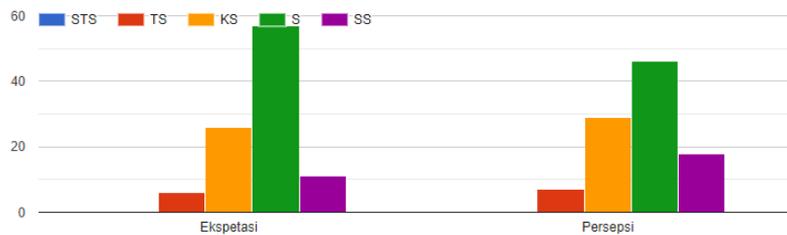
1. GoFood menangani proses Transaksi dengan Baik



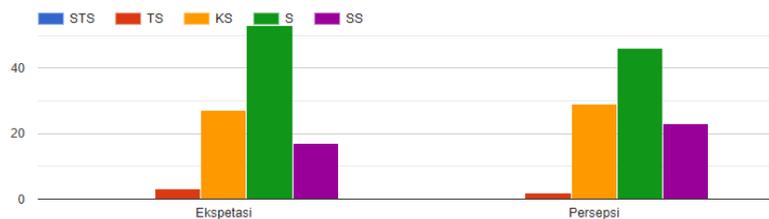
2. Kurir GoFood langsung menelfon konsumen yang baru saja memesan



3. GoFood menangani permasalahan yang ada dengan segera

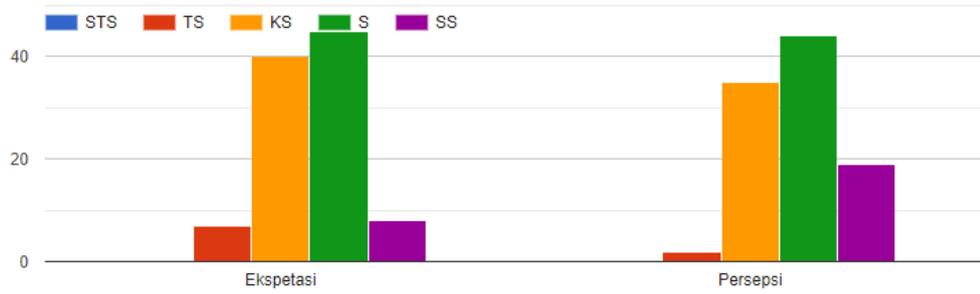


4. GoFood memberikan pertanggung jawaban atas permasalahan yang bukan kesalahan dari konsumen

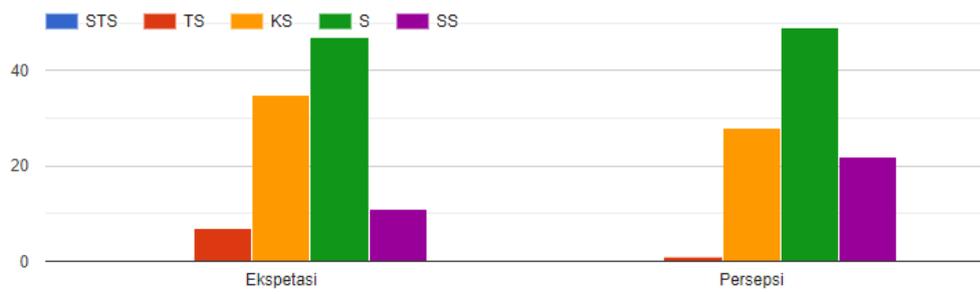


DIMENSI EASE OF USE

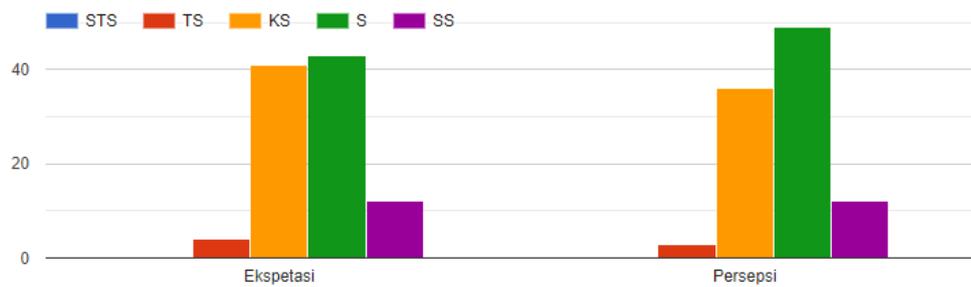
1. Halaman pada Aplikasi Gofood tidak mengalami error saat melakukan proses transaksi



2. Jenis makanan sudah dikelompokkan sesuai dengan Selera Konsumen

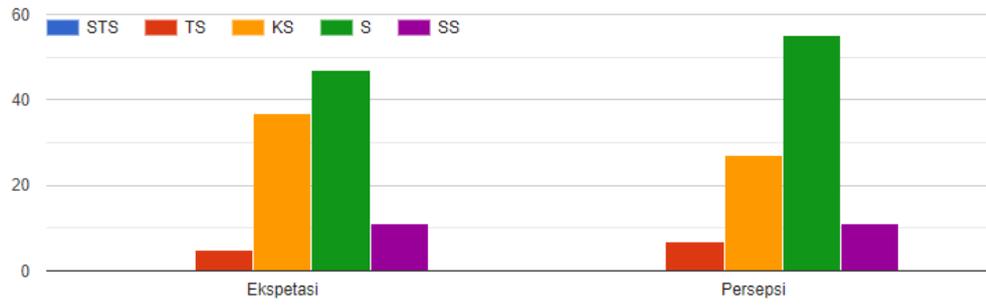


3. Letak kolom Search mudah ditemukan

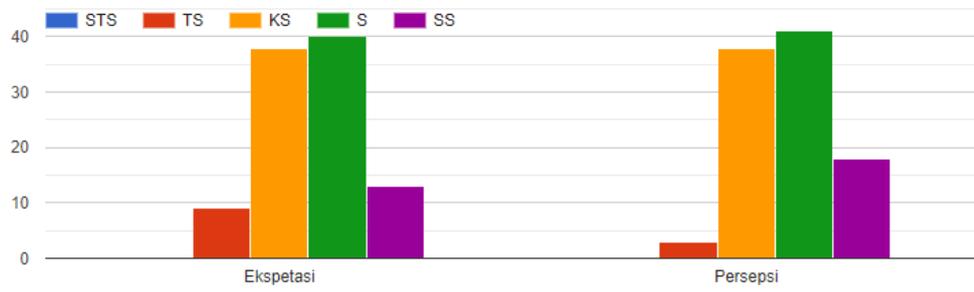


DIMENSI SECURITY / PRIVACY

1. GoFood melindungi data terkait kartu kredit, debit dan hal yang bersifat privacy lainnya

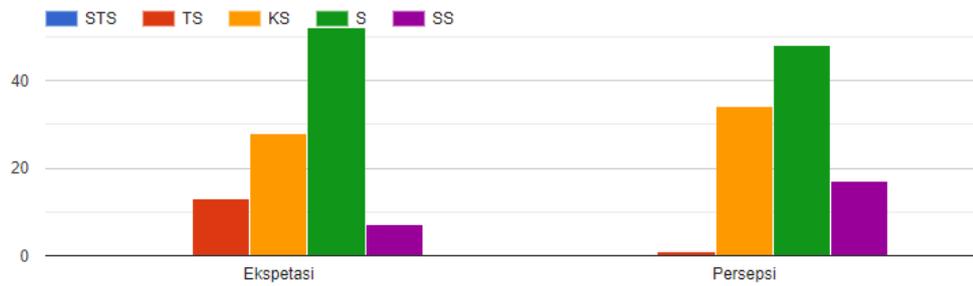


2. Transaksi yang dilakukan aman dan dapat dipercaya

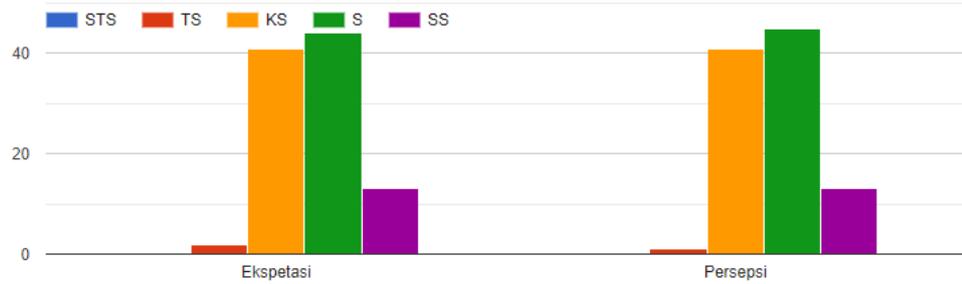


DIMENSI AESTHETICS

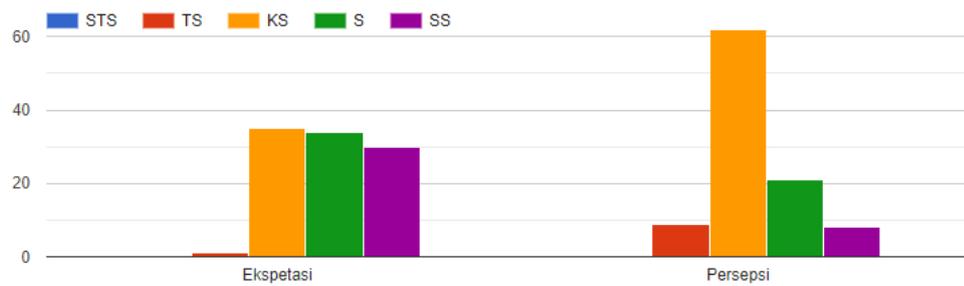
1. Font dalam Aplikasi GoFood mudah dan nyaman untuk dibaca



2. Tampilan Aplikasi GoFood mudah dipahami

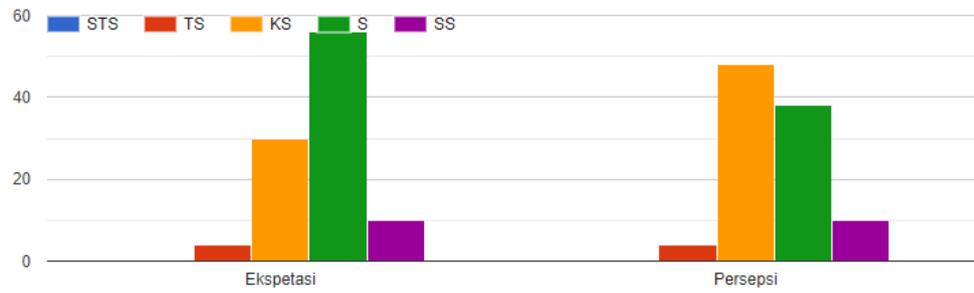


3. Tampilan makanan / Minuman yang datang sama persis seperti yang ada di dalam aplikasi Gofood.

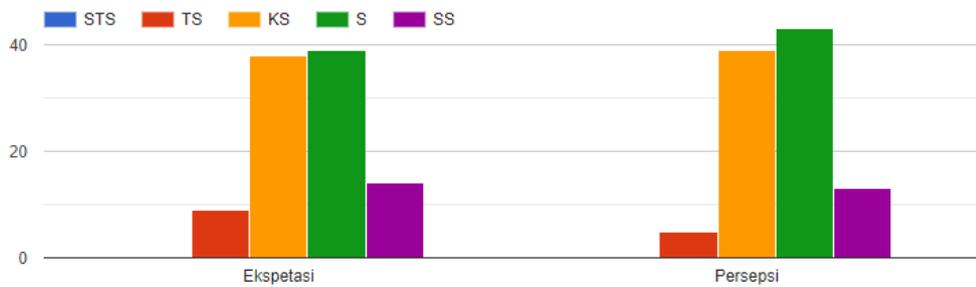


DIMENSI INFORMATION

1. Informasi mengenai ketersediaan makanan / minuman yang ada di Aplikasi Gofood selalu benar



2. Informasi mengenai pemesanan dan pembayaran disampaikan dengan jelas (disertai gambar yang memudahkan pelanggan dalam mencerna setiap tahapan dengan baik)



Lampiran 3 Hasil Uji Penelitian

UJI VALIDITAS

Dimensi Reliability

Correlations

		Re1	Re2	Re3	ΣRe
Re1	Pearson Correlation	1	.241*	.363**	.655**
	Sig. (2-tailed)		.016	.000	.000
	N	100	100	100	100
Re2	Pearson Correlation	.241*	1	.531**	.799**
	Sig. (2-tailed)	.016		.000	.000
	N	100	100	100	100
Re3	Pearson Correlation	.363**	.531**	1	.837**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
ΣRe	Pearson Correlation	.655**	.799**	.837**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

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

Dimensi Responsivness

Correlations

		Rs1	Rs2	Rs3	Rs4	ΣRs
Rs1	Pearson Correlation	1	.030	.284**	.164	.611**
	Sig. (2-tailed)		.766	.004	.103	.000
	N	100	100	100	100	100
Rs2	Pearson Correlation	.030	1	-.031	.193	.513**
	Sig. (2-tailed)	.766		.762	.054	.000
	N	100	100	100	100	100
Rs3	Pearson Correlation	.284**	-.031	1	.255*	.618**
	Sig. (2-tailed)	.004	.762		.010	.000
	N	100	100	100	100	100
Rs4	Pearson Correlation	.164	.193	.255*	1	.664**
	Sig. (2-tailed)	.103	.054	.010		.000

N		100	100	100	100	100
ΣRs	Pearson Correlation	.611**	.513**	.618**	.664**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
N		100	100	100	100	100

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

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

Dimensi Ease of Use

Correlations

		E1	E2	E3	ΣE
E1	Pearson Correlation	1	.243*	.308**	.717**
	Sig. (2-tailed)		.015	.002	.000
	N	100	100	100	100
E2	Pearson Correlation	.243*	1	.256*	.708**
	Sig. (2-tailed)	.015		.010	.000
	N	100	100	100	100
E3	Pearson Correlation	.308**	.256*	1	.723**
	Sig. (2-tailed)	.002	.010		.000
	N	100	100	100	100
ΣE	Pearson Correlation	.717**	.708**	.723**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

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

Dimensi Security / Privacy

Correlations

		S1	S2	ΣS
S1	Pearson Correlation	1	.438**	.826**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	100	100	100
S2	Pearson Correlation	.438**	1	.869**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	100	100	100
ΣS	Pearson Correlation	.826**	.869**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	100	100	100

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

Dimensi Aesthetics

		Correlations			
		A1	A2	A3	ΣA
A1	Pearson Correlation	1	.091	.012	.565**
	Sig. (2-tailed)		.367	.907	.000
	N	100	100	100	100
A2	Pearson Correlation	.091	1	.405**	.721**
	Sig. (2-tailed)	.367		.000	.000
	N	100	100	100	100
A3	Pearson Correlation	.012	.405**	1	.717**
	Sig. (2-tailed)	.907	.000		.000
	N	100	100	100	100
ΣA	Pearson Correlation	.565**	.721**	.717**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Dimensi Information

		Correlations		
		I1	I2	ΣI
I1	Pearson Correlation	1	.396**	.800**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	100	100	100
I2	Pearson Correlation	.396**	1	.868**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	100	100	100
ΣI	Pearson Correlation	.800**	.868**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	100	100	100

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

UJI RELIABILITAS

Dimensi Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.651	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Re1	7.72	1.759	.343	.694
Re2	7.47	1.282	.482	.526
Re3	7.55	1.220	.577	.381

Dimensi Responsivnes

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.407	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Rs1	11.32	2.159	.241	.322
Rs2	11.44	2.411	.091	.479
Rs3	11.46	2.150	.256	.305
Rs4	11.35	2.028	.324	.231

Dimensi Ease of Use

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.524	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
E1	7.28	1.396	.347	.407
E2	7.20	1.394	.308	.471
E3	7.18	1.381	.357	.390

Dimensi Security / Privacy

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.606	2

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
S1	3.58	.691	.438	.
S2	3.65	.533	.438	.

Dimensi Aesthetics

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.369	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
A1	7.61	1.675	.058	.573
A2	7.47	1.343	.350	.023
A3	7.22	1.284	.267	.166

Dimensi Information

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

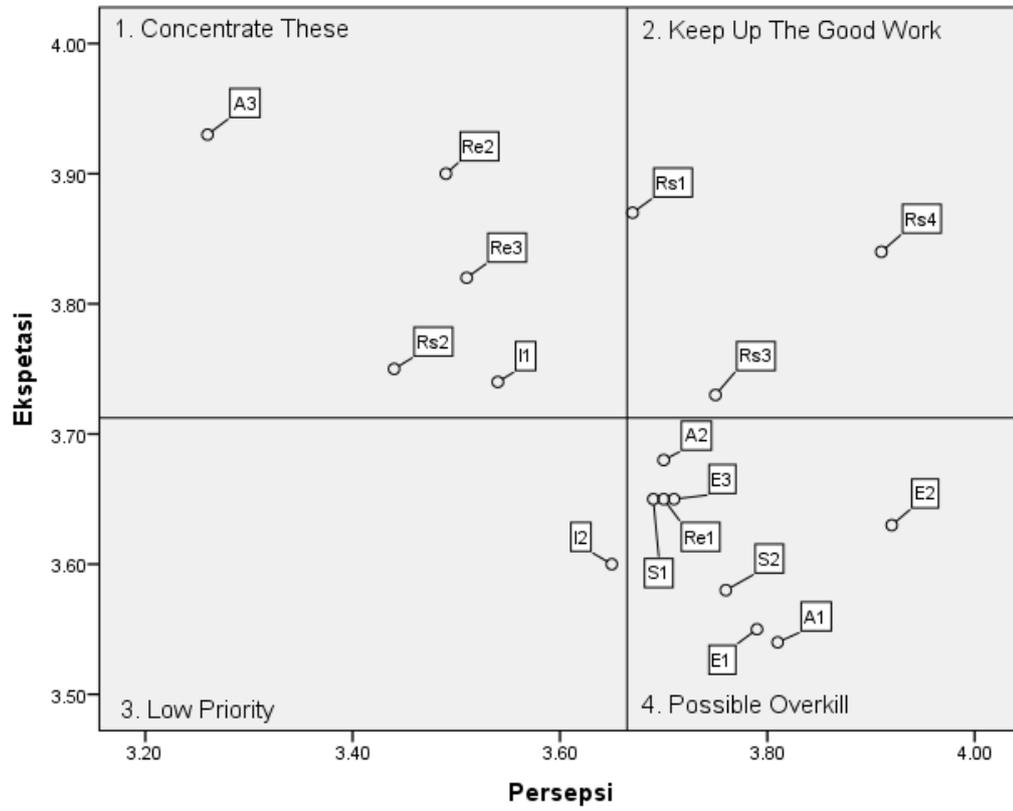
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.560	2

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
I1	3.60	.727	.396	.
I2	3.74	.497	.396	.

Importance Performance Analysis Matrix



Lampiran 4
Perhitungan Tingkat kesesuaian Per Item

1. Produk yang datang sama seperti yang ada di dalam aplikasi Gofood

Persepsi Re1

SS	S	KS	TS	STS	JUMLAH
9	56	31	4	0	100

$$\Sigma p = (45) + (224) + (93) + (8) = 370$$

$$Tpi \frac{\Sigma p}{N} = 3,70$$

Ekspetasi Re1

SS	S	KS	TS	STS	JUMLAH
8	49	43	0	0	100

$$\Sigma Hi = (40) + (196) + (129) = 365$$

$$THi \frac{\Sigma Hi}{N} = 3,65$$

Tingkat Kesesuaian Item:

$$Tki = \frac{\Sigma p}{\Sigma Hi} \times 100\%$$

$$Tki = \frac{370}{365} \times 100\%$$

$$Tki = 101,37\%$$

Skor E-Servqual : $3,70 - 3,65 = 0,05$

2. Produk dikirim dengan cepat dan tepat waktu

Persepsi Re2

SS	S	KS	TS	STS	JUMLAH
7	37	54	2	0	100

$$\Sigma p = (35) + (148) + (162) + (4) = 349$$

$$Tpi \frac{\Sigma p}{N} = 3,49$$

Ekspetasi Re2

SS	S	KS	TS	STS	JUMLAH
23	46	29	2	0	100

$$\Sigma Hi = (115) + (184) + (87) + (4) = 390$$

$$THi \frac{\Sigma Hi}{N} = 3,90$$

Tingkat Kesesuaian Item:

$$Tki = \frac{\Sigma p}{\Sigma Hi} \times 100\%$$

$$Tki = \frac{349}{390} \times 100\%$$

$$Tki = 82,49 \%$$

Skor E-Servqual : $3,49 - 3,90 = -0,41$

3. **Total Harga dan deskripsi barang yang di tuliskan di Aplikasi Gofood selalu akurat dengan kenyataannya**
Persepsi Re3

SS	S	KS	TS	STS	JUMLAH
11	31	56	2	0	100

$$\Sigma p = (55) + (124) + (168) + (4) = 351$$

$$Tpi \frac{\Sigma p}{N} = 3,51$$

Ekspetasi Re3

SS	S	KS	TS	STS	JUMLAH
19	45	35	1	0	100

$$\Sigma Hi = (95) + (180) + (105) + (2) = 382$$

$$THi \frac{\Sigma Hi}{N} = 38,2$$

Tingkat Kesesuaian Item:

$$Tki = \frac{\Sigma p}{\Sigma Hi} \times 100\%$$

$$Tki = \frac{351}{382} \times 100\%$$

$$Tki = 91,88 \%$$

Skor E-Servqual : $3,51 - 3,82 = -0,31$

4. Gofood menangani proses transaksi dengan baik

Persepsi Rs1

SS	S	KS	TS	STS	JUMLAH
12	44	43	1	0	100

$$\Sigma p = (60) + (176) + (129) + (2) = 367$$

$$Tpi \frac{\Sigma p}{N} = 3,67$$

Ekspetasi Rs1

SS	S	KS	TS	STS	JUMLAH
20	49	29	2	0	100

$$\Sigma Hi = (100) + (196) + (87) + (4) = 387$$

$$THi \frac{\Sigma Hi}{N} = 3,87$$

Tingkat Kesesuaian Item:

$$Tki = \frac{\Sigma p}{\Sigma Hi} \times 100\%$$

$$Tki = \frac{367}{387} \times 100\%$$

$$Tki = 94,83 \%$$

Skor E-Servqual : $3,67 - 3,87 = -0,2$

5. Kurir Gofood langsung menelfon Konsumen yang baru saja memesan Persepsi Rs2

SS	S	KS	TS	STS	JUMLAH
8	31	58	3	0	100

$$\Sigma p = (40) + (124) + (174) + (6) = 344$$

$$Tpi \frac{\Sigma p}{N} = 3,44$$

Ekspetasi Rs2

SS	S	KS	TS	STS	JUMLAH
17	45	34	4	0	100

$$\Sigma Hi = (85) + (180) + (102) + (8) = 375$$

$$THi \frac{\Sigma Hi}{N} = 3,75$$

Tingkat Kesesuaian Item:

$$Tki = \frac{\Sigma p}{\Sigma Hi} \times 100\%$$

$$Tki = \frac{344}{375} \times 100\%$$

$$Tki = 91,73 \%$$

$$\text{Skor E-Servqual} : 3,44 - 3,75 = -0,31$$

6. GoFood menangani permasalahan yang ada dengan segera

Persepsi Rs3

SS	S	KS	TS	STS	JUMLAH
18	46	29	7	0	100

$$\Sigma p = (90) + (184) + (87) + (14) = 375$$

$$Tpi \frac{\Sigma p}{N} = 3,75$$

Ekspetasi Rs3

SS	S	KS	TS	STS	JUMLAH
11	57	26	6	0	100

$$\Sigma Hi = (55) + (228) + (78) + (12) = 373$$

$$THi \frac{\Sigma Hi}{N} = 3,73$$

Tingkat Kesesuaian Item:

$$Tki = \frac{\Sigma p}{\Sigma Hi} \times 100\%$$

$$Tki = \frac{375}{373} \times 100\%$$

$$Tki = 100,54 \%$$

$$\text{Skor E-Servqual} : 3,75 - 3,73 = 0,02$$

7. GoFood memberikan pertanggung jawaban atas permasalahan yang bukan kesalahan dari konsumen

Persepsi Rs4

SS	S	KS	TS	STS	JUMLAH
23	47	28	2	0	100

$$\Sigma p = (115) + (188) + (84) + (4) = 391$$

$$Tpi \frac{\Sigma p}{N} = 3,91$$

Ekspetasi Rs4

SS	S	KS	TS	STS	JUMLAH
17	53	27	3	0	100

$$\Sigma Hi = (85) + (212) + (81) + (6) = 384$$

$$THi \frac{\Sigma Hi}{N} = 3,84$$

Tingkat Kesesuaian Item:

$$Tki = \frac{\Sigma p}{\Sigma Hi} \times 100\%$$

$$Tki = \frac{391}{384} \times 100\%$$

$$Tki = 101,82 \%$$

$$\text{Skor E-Servqual} : 3,91 - 3,84 = 0,07$$

8. Halaman pada Aplikasi Gofood tidak mengalami *Eror* saat melakukan Proses transaksi
Persepsi E1

SS	S	KS	TS	STS	JUMLAH
19	43	36	2	0	100

$$\Sigma p = (95) + (172) + (108) + (4) = 379$$

$$Tpi \frac{\Sigma p}{N} = 3,79$$

Ekspetasi E1

SS	S	KS	TS	STS	JUMLAH
8	45	41	6	0	100

$$\Sigma Hi = (40) + (180) + (123) + (12) = 355$$

$$THi \frac{\Sigma Hi}{N} = 3,55$$

Tingkat Kesesuaian Item:

$$Tki = \frac{\Sigma p}{\Sigma Hi} \times 100\%$$

$$Tki = \frac{379}{355} \times 100\%$$

$$Tki = 106,76 \%$$

$$\text{Skor E-Servqual} : 3,79 - 3,55 = 0,24$$

9. Jenis makanan sudah di kelompok kan sesuai dengan selera konsumen

Persepsi E2

SS	S	KS	TS	STS	JUMLAH
22	49	28	1	0	100

$$\Sigma p = (110) + (196) + (84) + (2) = 392$$

$$Tpi \frac{\Sigma p}{N} = 3,92$$

Ekspetasi E2

SS	S	KS	TS	STS	JUMLAH
11	47	36	6	0	100

$$\Sigma Hi = (55) + (188) + (108) + (12) = 363$$

$$THi \frac{\Sigma Hi}{N} = 3,63$$

Tingkat Kesesuaian Item:

$$Tki = \frac{\Sigma p}{\Sigma Hi} \times 100\%$$

$$Tki = \frac{392}{363} \times 100\%$$

$$Tki = 107,99 \%$$

Skor E-Servqual : $3,92 - 3,63 = 0,29$

10. Letak kolom *search* mudah di temukan

Persepsi E3

SS	S	KS	TS	STS	JUMLAH
12	49	37	2	0	100

$$\Sigma p = (60) + (196) + (111) + (4) = 371$$

$$Tpi \frac{\Sigma p}{N} = 3,71$$

Ekspetasi E3

SS	S	KS	TS	STS	JUMLAH
12	44	41	3	0	100

$$\Sigma Hi = (60) + (176) + (123) + (6) = 365$$

$$THi \frac{\Sigma Hi}{N} = 3,65$$

Tingkat Kesesuaian Item:

$$Tki = \frac{\Sigma p}{\Sigma Hi} \times 100\%$$

$$Tki = \frac{371}{365} \times 100\%$$

$$Tki = 101,64 \%$$

Skor E-Servqual : $3,71 - 3,65 = 0,06$

11. GoFood melindungi data terkait kartu kredit, debit dan hal yang bersifat privacy lainnya

Persepsi S1

SS	S	KS	TS	STS	JUMLAH
11	54	28	7	0	100

$$\Sigma p = (55) + (216) + (84) + (14) = 369$$

$$Tpi \frac{\Sigma p}{N} = 3,69$$

Ekspetasi S1

SS	S	KS	TS	STS	JUMLAH
11	47	38	4	0	100

$$\Sigma Hi = (55) + (188) + (114) + (8) = 365$$

$$THi \frac{\Sigma Hi}{N} = 3,65$$

Tingkat Kesesuaian Item:

$$Tki = \frac{\Sigma p}{\Sigma Hi} \times 100\%$$

$$Tki = \frac{369}{365} \times 100\%$$

$$Tki = 101,10 \%$$

$$\text{Skor E-Servqual} : 3,69 - 3,65 = 0,04$$

12. Transaksi yang dilakukan aman dan dapat di percaya

Persepsi S2

SS	S	KS	TS	STS	JUMLAH
18	42	38	2	0	100

$$\Sigma p = (90) + (168) + (114) + (4) = 376$$

$$Tpi \frac{\Sigma p}{N} = 3,76$$

Ekspetasi S2

SS	S	KS	TS	STS	JUMLAH
13	41	37	9	0	100

$$\Sigma Hi = (65) + (164) + (111) + (18) = 358$$

$$THi \frac{\Sigma Hi}{N} = 3,58$$

Tingkat Kesesuaian Item:

$$Tki = \frac{\Sigma p}{\Sigma Hi} \times 100\%$$

$$Tki = \frac{376}{358} \times 100\%$$

$$Tki = 105,03 \%$$

$$\text{Skor E-Servqual} : 3,76 - 3,58 = 0,18$$

13. Font dalam aplikasi GoFood mudah dan nyaman untuk dibaca

Persepsi A1

SS	S	KS	TS	STS	JUMLAH
17	48	34	1	0	100

$$\Sigma p = (85) + (192) + (102) + (2) = 381$$

$$Tpi \frac{\Sigma p}{N} = 3,81$$

Ekspetasi A1

SS	S	KS	TS	STS	JUMLAH
7	53	27	13	0	100

$$\Sigma Hi = (35) + (212) + (81) + (26) = 354$$

$$THi \frac{\Sigma Hi}{N} = 3,54$$

Tingkat Kesesuaian Item:

$$Tki = \frac{\Sigma p}{\Sigma Hi} \times 100\%$$

$$Tki = \frac{381}{354} \times 100\%$$

$$Tki = 107,63 \%$$

Skor E-Servqual : $3,81 - 3,54 = 0,27$

14. Tampilan aplikasi Gofood mudah untuk di pahami

Persepsi A2

SS	S	KS	TS	STS	JUMLAH
13	45	41	1	0	100

$$\Sigma p = (65) + (180) + (123) + (2) = 370$$

$$Tpi \frac{\Sigma p}{N} = 3,70$$

Ekspetasi A2

SS	S	KS	TS	STS	JUMLAH
13	44	41	2	0	100

$$\Sigma Hi = (65) + (176) + (123) + (4) = 368$$

$$THi \frac{\Sigma Hi}{N} = 3,68$$

Tingkat Kesesuaian Item:

$$Tki = \frac{\Sigma p}{\Sigma Hi} \times 100\%$$

$$Tki = \frac{370}{368} \times 100\%$$

$$Tki = 100,54 \%$$

Skor E-Servqual : 3,70-3,68 = 0,02

- 15. Tampilan makanan / Minuman yang datang sama persis seperti yang ada di dalam aplikasi Gofood**
Persepsi A3

SS	S	KS	TS	STS	JUMLAH
8	19	64	9	0	100

$$\Sigma p = (40) + (76) + (192) + (18) = 326$$

$$Tpi \frac{\Sigma p}{N} = 3,26$$

Ekspetasi A3

SS	S	KS	TS	STS	JUMLAH
29	36	34	1	0	100

$$\Sigma Hi = (145) + (144) + (102) + (2) = 393$$

$$THi \frac{\Sigma Hi}{N} = 3,93$$

Tingkat Kesesuaian Item:

$$Tki = \frac{\Sigma p}{\Sigma Hi} \times 100\%$$

$$Tki = \frac{326}{393} \times 100\%$$

$$Tki = 82,95\%$$

Skor E-Servqual : 3,26 - 3,93 = - 0,67

- 16. Informasi mengenai ketersediaan makanan atau minuman yang ada di Aplikasi Gofood selalu benar.**

Persepsi I1

SS	S	KS	TS	STS	JUMLAH
12	34	50	4	0	100

$$\Sigma p = (60) + (136) + (150) + (8) = 354$$

$$Tpi \frac{\Sigma p}{N} = 3,54$$

Ekspetasi I1

SS	S	KS	TS	STS	JUMLAH
11	56	29	4	0	100

$$\Sigma Hi = (55) + (224) + (87) + (8) = 374$$

$$THi \frac{\Sigma Hi}{N} = 3,74$$

Tingkat Kesesuaian Item:

$$Tki = \frac{\Sigma p}{\Sigma Hi} \times 100\%$$

$$Tki = \frac{354}{374} \times 100\%$$

$$Tki = 94,65 \%$$

$$\text{Skor E-Servqual} : 3,54 - 3,74 = -0,2$$

17. Informasi mengenai pemesanan dan pembayaran disampaikan dengan jelas (disertai dengan gambar yang memudahkan pelanggan dalam merencana semua tahapan dengan baik)

Persepsi I2

SS	S	KS	TS	STS	JUMLAH
14	42	39	5	0	100

$$\Sigma p = (70) + (168) + (117) + (10) = 365$$

$$Tpi \frac{\Sigma p}{N} = 3,65$$

Ekspetasi I2

SS	S	KS	TS	STS	JUMLAH
15	39	37	9	0	100

$$\Sigma Hi = (75) + (156) + (111) + (18) = 360$$

$$THi \frac{\Sigma Hi}{N} = 3,60$$

Tingkat Kesesuaian Item:

$$Tki = \frac{\Sigma p}{\Sigma Hi} \times 100\%$$

$$Tki = \frac{365}{360} \times 100\%$$

$$Tki = 101,39 \%$$

$$\text{Skor E-Servqual} : 3,65 - 3,60 = 0,05$$

Menghitung tingkat kesesuaian total

$$\Sigma \Sigma p = 6230$$

$$\Sigma \Sigma Hi = 6311$$

$$Tki \text{ Total} = \Sigma \frac{\Sigma p}{\Sigma Hi} \times 100\%$$

$$Tki \text{ Total} = \frac{6230}{6311} \times 100\%$$

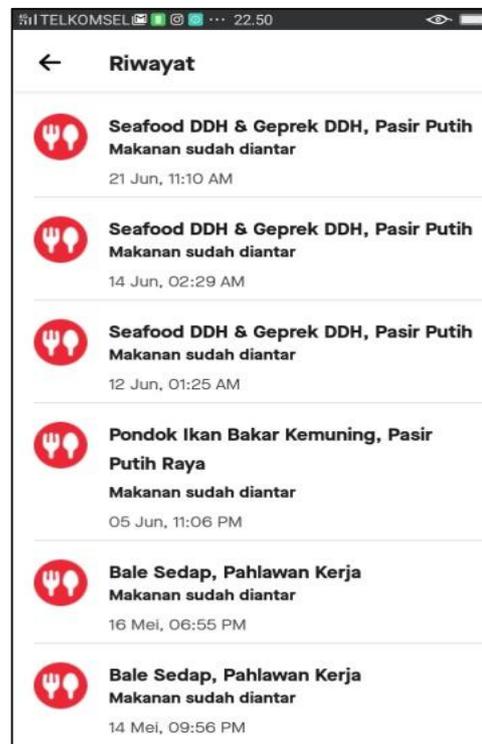
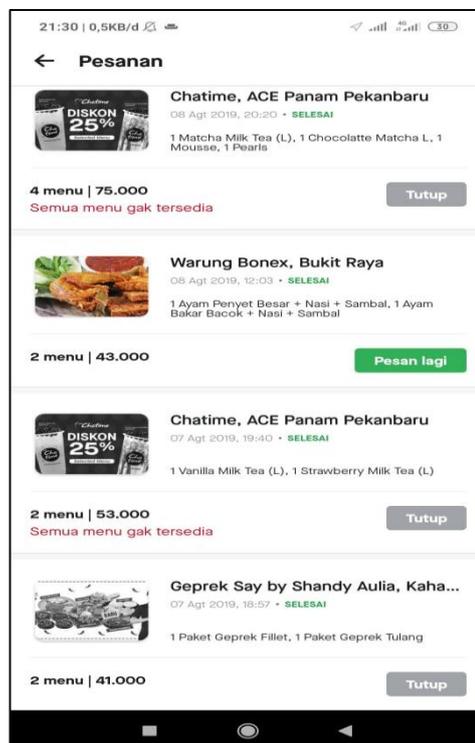
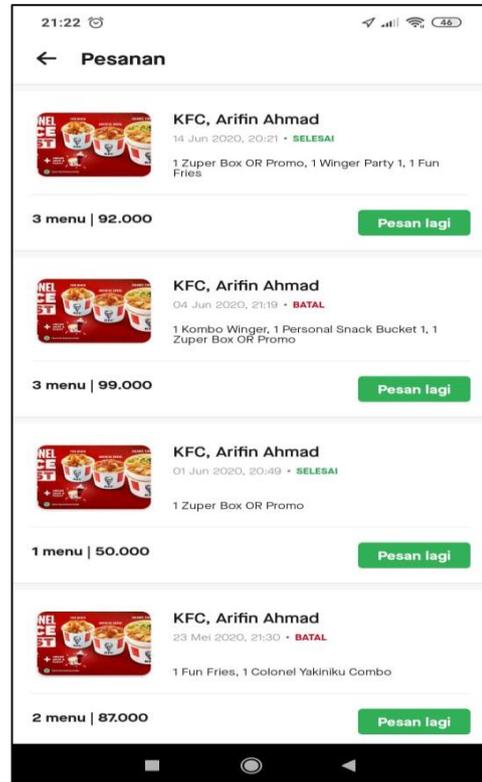
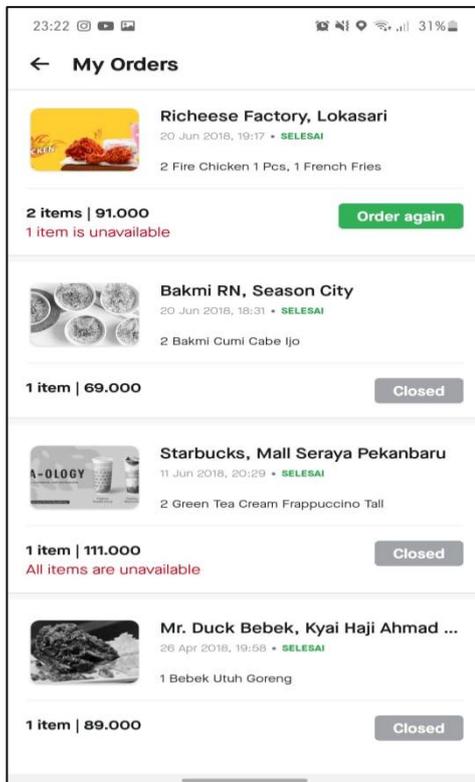
$$Tki \text{ Total} = 98,72\%$$

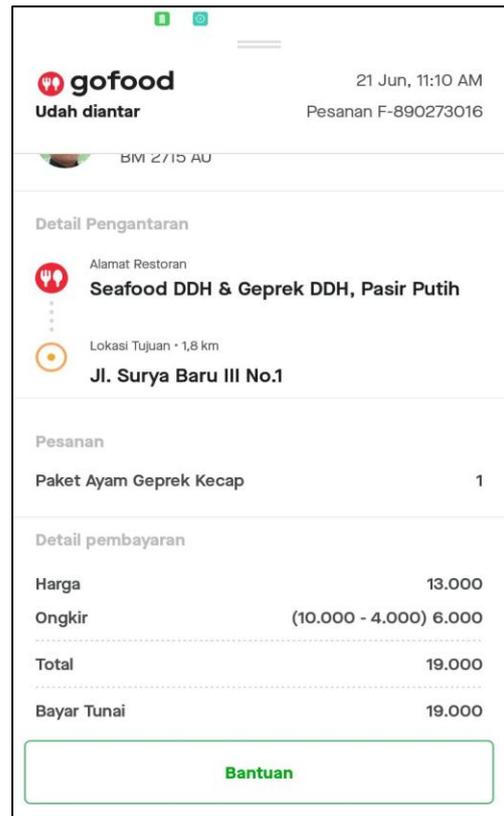
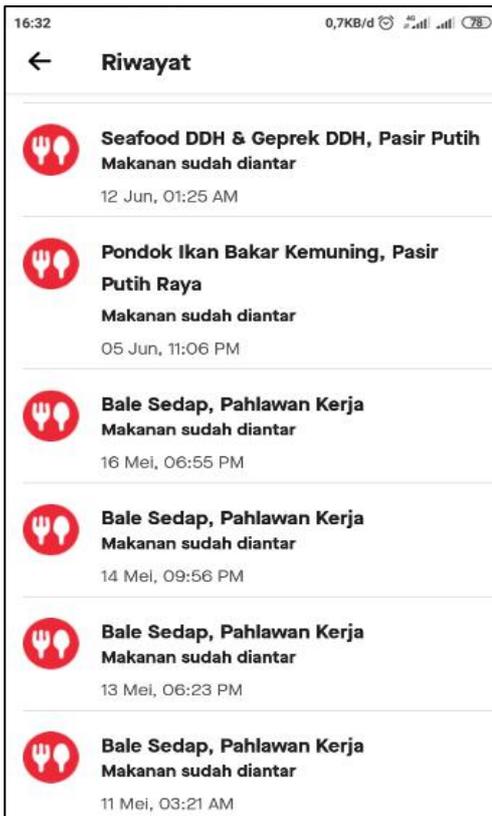
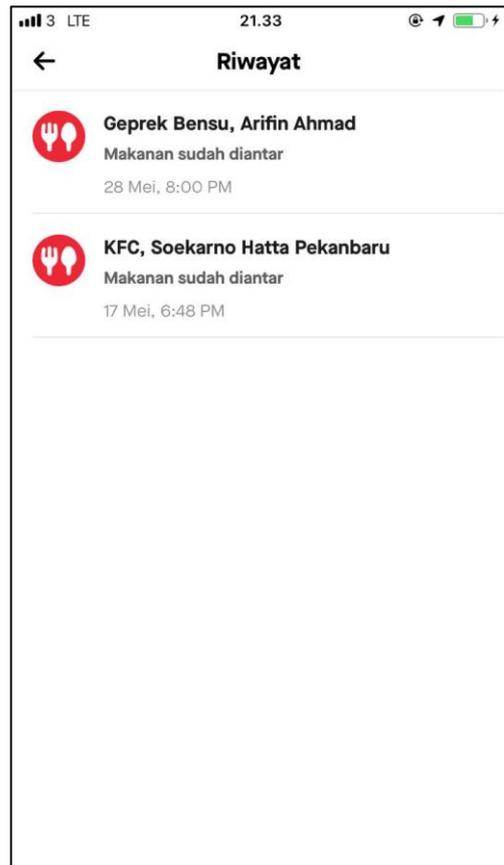
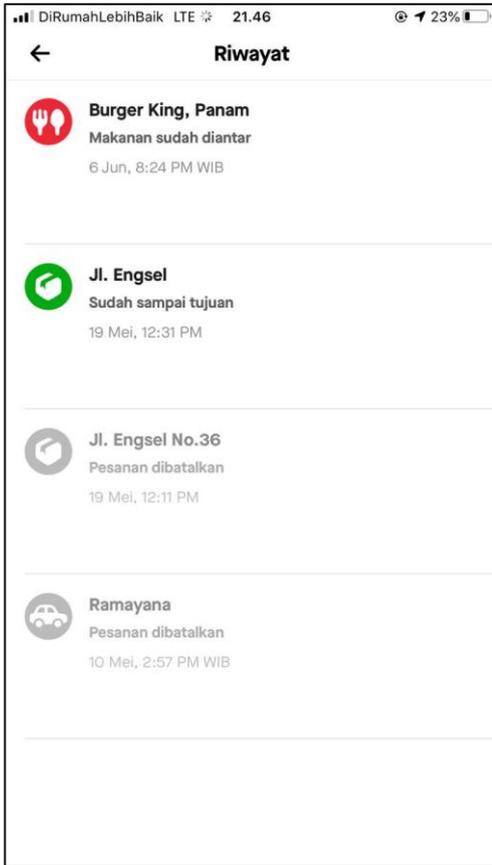
Dimensi	NO	Persepsi Σp	Ekspetasi ΣHi	Tingkat kesesuaian Item (%)	Skor E-Servqual	Skor Tiap dimensi	
						P	E
Reliability	1	3,7	3,65	101,37	0,05	3,57	3,79

Dimensi	NO	Persepsi Σp	Ekspetasi ΣHi	Tingkat kesesuaian Item (%)	Skor E- Servqual	Skor Tiap dimensi	
						P	E
Reliability	2	3,49	3,90	89,49	-0,41		
	3	3,51	3,82	91,88	-0,31		
Responsivnes	4	3,67	3,87	94,83	-0,2	3,69	3,80
	5	3,44	3,75	91,73	-0,31		
	6	3,75	3,73	100,54	0,02		
	7	3,91	3,84	101,82	0,07		
Ease of Use	8	3,79	3,55	106,76	0,24	3,81	3,61
	9	3,92	3,63	107,99	0,29		
	10	3,71	3,65	101,64	0,06		
Security/ Privacy	11	3,69	3,65	101,10	0,04	3,73	3,62
	12	3,76	3,58	105,03	0,18		
Aesthetics	13	3,81	3,54	107,63	0,27	3,59	3,72
	14	3,7	3,68	100,54	0,02		
	15	3,26	3,93	82,95	-0,67		
Information	16	3,54	3,74	94,65	-0,2	3,60	3,67
	17	3,65	3,6	101,39	0,05		

Lampiran 5 Dokumentasi Penelitian

Screenshoot Responden yang pernah memesan Gofood minimal 1x





20:40 80%

Pesanan

 1 Ayam Periyet

1 menu | 25.000 Pesan lagi

 **RM. Puti Buana cabang Pasir Putih**
27 Agt 2019, 11:56 • SELESAI

1 Nasi Remas Hati Sapi, 1 Nasi Remas Ayam Batokok

2 menu | 49.600 Tutup

 **Mie Meledak, Bukit Raya**
26 Agt 2019, 17:42 • SELESAI

1 Level Nukit, 1 Level Pelasan, 2 Telur

3 menu | 32.000 Pesan lagi

 **RG Fried Chicken, Air Dingin**
26 Agt 2019, 13:02 • SELESAI

1 Mumer 3

1 menu | 25.000 Pesan lagi

 **Pecel Lele Cak Tohin, Bukit Raya**
26 Agt 2019, 12:50 • BATAL

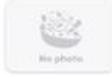
19:20 23%

My Orders

 **Kue Pancung Dan Kue Pukis Buk ...**
14 Apr 2019, 17:45 • SELESAI

1 Kue Pancung Taro Susu, 1 Kue Pancung Matcha

2 items | 37.000 Closed

 **Mie Merapi, Suka Karya**
08 Apr 2019, 20:59 • SELESAI

2 Mie Level Original + Bakso Ayam

1 item | 27.000 Order again

 **Mie Merapi, Suka Karya**
12 Mar 2019, 20:43 • SELESAI

1 Mie Level Original + Sosis, 1 Mie Level Original

2 items | 37.000 Order again

 **J.CO, Samarinda Square**
03 Feb 2019, 13:48 • SELESAI

1 Donut 1 Dzn

1 item | 95.000 Closed

Mahasiswa/I Universitas Islam Riau

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
KARTU TANDA MAHASISWA



Nama : WAHYUDA
TTL : TANJUNG ALAI, 15-03-1997
Fakultas : TEKNIK
Prodi : TEKNIK MESIN (S1)
NPM : 163310121

Berlaku Hingga
Tahun. 2020

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
KARTU TANDA MAHASISWA



Nama : HERU KURNIAWAN
TTL : RENGAT, 29-08-1997
Fakultas : EKONOMI
Prodi : MANAJEMEN (S1)
NPM : 175210235

Berlaku Hingga
Tahun 2021

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
KARTU TANDA MAHASISWA



Nama : VEBY INDRAWAN
TTL : SUNGAI LINAU, 21-06-1999
Fakultas : TEKNIK
Prodi : TEKNIK PERMINYAKAN (S1)
NPM : 163210246

Berlaku Hingga
Tahun. 2020

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
KARTU TANDA MAHASISWA



Nama : KINANTI JANUARITA PUTRI
TTL : TANJUNGPINANG, 28-01-1999
Fakultas : FKIP
Prodi : PENDIDIKAN MATEMATIKA (S1)
NPM : 166411132

Berlaku Hingga
Tahun. 2020

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
KARTU TANDA MAHASISWA



Nama : RETNO LORISDA
TTL : PEKANBARU, 24-10-1998
Fakultas : EKONOMI
Prodi : MANAJEMEN (S1)
NPM : 165210674

Berlaku Hingga
Tahun. 2020

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
KARTU TANDA MAHASISWA



Nama : RAHMAD SYAFRIZAL
TTL : KUALA BANGKA, 28-06-1997
Fakultas : TEKNIK
Prodi : TEKNIK MESIN (S1)
NPM : 163310014

Berlaku Hingga
Tahun. 2020

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
KARTU TANDA MAHASISWA

Nama : EKO MUJIONO
TTL : SUNGAI LINAU, 26-07-1997
Fakultas : TEKNIK
Prodi : TEKNIK SIPIL
NPM : 153110163
Alamat : SUNGAI LINAU, SIAK KECIL, BENGKALIS



KARTU INI SEBAGAI BUKTI UNTUK MENGIKUTI KEGIATAN AKADEMIK PADA TH. 2019/2020

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
KARTU TANDA MAHASISWA



Nama : NURYAUMIL
TTL : PEKANBARU, 29-08-1997
Fakultas : EKONOMI
Prodi : MANAJEMEN (S1)
NPM : 165210748

Berlaku Hingga
Tahun. 2020