

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI PADA APLIKASI PESAN ANTAR MAKANAN DI JAKARTA

Eko Sugiyanto¹, Edi Wahyu Wibowo², Iis Kartini³

^{1,2,3}Administrasi Bisnis, Politeknik LP3I Jakarta, Jakarta, Indonesia
Email: 1edoplm04@gmail.com, 2edilp3ijkt@gmail.com, 3iis.kartini@yahoo.com,

RINGKASAN - Bisnis digital mulai tumbuh juga termasuk di antaranya bisnis pemesanan makanan dimana kita bisa memesan makanan dengan menggunakan aplikasi yang tersedia pada smartphone. Memesan makanan dapat dilakukan dari mana saja dan kapan saja, tanpa harus datang ke toko atau ke mall secara langsung. Penelitian ini akan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga terhadap minat beli. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 144 orang, yang merupakan konsumen yang pernah menggunakan aplikasi *Gofood*. Hasil penelitian ini menyatakan Variabel kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat beli, sebaiknya para penyedia aplikasi pesan antar memberikan program layanan purna jual sehingga konsumen semakin percaya akan kualitas pelayanan dan akan terus menggunakan aplikasi ini. Untuk Variabel Harga secara parsial berpengaruh positif terhadap minat beli, Meskipun hasil penelitian ini sudah baik, sebaiknya para penyedia aplikasi pesan antar memberikan program diskon agar konsumen termotivasi ingin selalu menggunakan aplikasi pesan antar ini. Untuk Variabel Kualitas Pelayanan, Harga secara simultan berpengaruh positif terhadap minat beli Meskipun hasil penelitian ini sudah baik, sebaiknya para penyedia aplikasi pesan antar memberikan program promosi berupa *voucher* bagi konsumen baru atau konsumen yang loyal sehingga minat beli konsumen pada aplikasi pesan antar ini meningkat.

Kata kunci : *Aplikasi Pesan Antar Makanan, Minat Beli, Gofood*

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis kuliner tidak dapat lepas dari perkembangan teknologi. Teknologi sangat berperan penting dalam perkembangan zaman karena dapat membuka cakrawala baru dalam perkembangan pembangunan bangsa. Teknologi memudahkan kita dalam menunjang berbagai macam kegiatan aktifitas dalam kehidupan. Bidang perekonomian dunia saat ini, penting untuk memberikan inovasi teknologi di dalamnya. Inovasi teknologi saat ini juga dirasakan pada

kemajuan inovasi model bisnis e-commerce yang tidak hanya berkembang pada di sektor ritel atau pasar untuk produk, tetapi juga berkembang pada layanan transportasi (Indraswari, A., & Kusuma, H., 2018). Bisnis digital atau online mulai tumbuh juga termasuk di antaranya bisnis pemesanan makanan dimana kita bisa memesan makanan dengan menggunakan aplikasi yang tersedia pada smartphone. Memesan makanan dapat dilakukan dari mana saja dan kapan saja, tanpa harus datang ke toko atau ke mall secara langsung. Salah satu layanan jasa berbasis online saat ini yang dapat di manfaatkan untuk memesan makanan adalah Gofood, Grabfood, Shopeefood, dsb. Aplikasi Gofood sendiri merupakan salah satu bentuk pelayanan jasa yang terdapat pada layanan jasa aplikasi GoJek. Samahal grab food juga bentuk pelayanan dai jasa transportasi Grab. Sementara Shopeefood bentuk layanan pada aplikasi marketplace Shopee (Hidayatullah, S., et.al, 2018). Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh dalam kualitas pelayanan, harga terhadap minat beli dalam menggunakan aplikasi pesan antar makanan untuk memenuhi kebutuhan makanannya sehari-hari.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode analisa kuantitatif. Analisa kuantitatif dapat dikatakan sebagai metode analisa yang menggambarkan hubungan antara variabel dengan menggunakan statistik. Sampel yang digunakan sebanyak 144 orang dengan teknik purposive dimana penelitian ini langsung pada orang yang telah menggunakan aplikasi pesan antar makanan di Jakarta.

Seluruh Indikator variabel dilakukan uji validitas & reliabilitas. Jika mempunyai nilai r hitung ≥ 0.3 , maka indikator pada variabel tersebut dapat dianggap valid. Sedangkan hasil hitung *cronbach alpha* sebesar $\geq 0,6$, maka dapat disimpulkan seluruh indikator variabel tersebut dianggap *Reliable*. Data yang telah dikumpulkan dianalisis dengan menggunakan alat analisis statistik yakni analisis regresi linear berganda (*multipleregressionanalysis*). Langkah-langkah yang akan dilakukan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

1. Uji F (Uji Simultan), yaitu untuk menguji apakah variabel independennya secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen :

Terima H_0 jika F hitung $< F$ tabel , ($\alpha = 0,05$)

Terima H_a jika F hitung $> F$ tabel , ($\alpha = 0,05$)

2. Uji t (Uji Parsial), yaitu untuk menguji apakah variabel independen, secara individu berpengaruh terhadap variabel dependen.

Terima H_0 jika t hitung $< t$ tabel ($\alpha = 0,05$)

Terima H_a jika t hitung $> t$ tabel ($\alpha = 0,05$)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Uji Validitas & Reliabilitas

TABEL 1
Uji Validitas & Reliabilitas

UJI VALIDITAS					
KUALITAS PELAYANAN		HARGA		MINAT BELI	
X1.1	0.844	X2.1	0.798	Y1.1	0.927
X1.2	0.89	X2.2	0.839	Y1.2	0.907
X1.3	0.903	X2.3	0.819	Y1.3	0.869
X1.4	0.851	X2.4	0.878		
X1.5	0.975	X2.5	0.836		
		X2.6	0.882		
		X2.7	0.88		
		X2.8	0.836		
UJI RELIABILITAS					
KUALITAS PELAYANAN		HARGA		MINAT BELI	
0.922		0.943		0.883	

Seluruh indikator pada variabel X1, X2, Y1 mempunyai nilai r hitung ≥ 0.3 , sehingga seluruh indikator pada variabel tersebut dapat dianggap valid. Sedangkan hasil hitung *cronbach alpha* sebesar $\geq 0,6$, maka dapat disimpulkan seluruh indikator variabel tersebut dianggap *Reliable*

2. Uji t & Uji F

TABEL 2

Uji F Kualitas pelayanan, Harga terhadap Minat Beli

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	633.778	2	316.889	96.575	.000 ^b
	Residual	462.659	141	3.281		
	Total	1096.438	143			

Berdasarkan Tabel 2 dapat dijelaskan hasil Uji regresi dengan Uji F yaitu didapatkan pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan, Harga terhadap minat beli memperoleh nilai sig $0.000 < 0.05$ yang berarti bahwa variabel kualitas pelayanan, harga berpengaruh secara simultan terhadap minat beli.

TABEL 3

Uji t Kualitas Pelayanan, Harga terhadap Minat Beli

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	-.577	.956		-.604	.547
	X1	.117	.077	.144	1.527	.129
	X2	.307	.045	.639	6.794	.000

Berdasarkan Tabel 3 hasil uji t yaitu :

1. Didapatkan Variabel Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli memperoleh nilai sig $0.129 > 0.05$ yang berarti bahwa Variabel Kualitas Pelayanan secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap Minat Beli.
2. Didapatkan Variabel Harga terhadap Minat Beli memperoleh nilai sig $0.000 < 0.05$ yang berarti bahwa Variabel Harga secara parsial berpengaruh positif terhadap Minat Beli.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli

Hasil penelitian ini menyatakan Variabel kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, hal ini sama dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Romdhoni, A. H. (2018) Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap minat nasabah menggunakan produk simpanan di BMT Amanah Ummah Gumpang. Sebaiknya para penyedia aplikasi pesan antar memberikan program layanan purna jual sehingga konsumen semakin percaya akan kualitas pelayanan dan akan terus menggunakan aplikasi ini.

2. Pengaruh Harga terhadap Minat Beli

Hasil penelitian ini menyatakan Variabel Harga secara parsial berpengaruh positif terhadap minat beli, hal ini sama dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Suryati, M. (2016) variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen pada UKM Bakmi Surabaya di DIY. Meskipun hasil penelitian ini sudah baik, sebaiknya para penyedia aplikasi pesan antar memberikan program diskon agar konsumen termotivasi ingin selalu menggunakan aplikasi pesan antar ini.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga terhadap Minat Beli

Hasil penelitian ini menyatakan Variabel Kualitas Pelayanan, Harga secara simultan berpengaruh positif terhadap minat beli, hal ini sama dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sari, M. R., & Lestari, R. (2019) persepsi harga, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen kereta api kelas eksekutif Argo Parahyangan. Meskipun hasil penelitian ini sudah baik, sebaiknya para penyedia aplikasi pesan antar memberikan program promosi berupa voucher bagi konsumen baru atau konsumen yang loyal sehingga minat beli konsumen pada aplikasi pesan antar ini meningkat.

SIMPULAN

Dari hasil pembahasan diatas maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini menyatakan Variabel kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat beli, sebaiknya para penyedia aplikasi pesan antar memberikan program layanan purna jual sehingga

konsumen semakin percaya akan kualitas pelayanan dan akan terus menggunakan aplikasi ini.

2. Hasil penelitian ini menyatakan Variabel Harga secara parsial berpengaruh positif terhadap minat beli, Meskipun hasil penelitian ini sudah baik, sebaiknya para penyedia aplikasi pesan antar memberikan program diskon agar konsumen termotivasi ingin selalu menggunakan aplikasi pesan antar ini.
3. Hasil penelitian ini menyatakan Variabel Kualitas Pelayanan, Harga secara simultan berpengaruh positif terhadap minat beli. Meskipun hasil penelitian ini sudah baik, sebaiknya para penyedia aplikasi pesan antar memberikan program promosi berupa voucher bagi konsumen baru atau konsumen yang loyal sehingga minat beli konsumen pada aplikasi pesan antar ini meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, N., & Difa, S. A. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT Nirwana Gemilang Property*. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 3(2), 242-253.
- Anas, A. (2019). *Pengaruh kenikmatan makanan dan kualitas pelayanan terhadap minat beli Sate Padang Kupak*. *Jurnal ilmiah maksitek*, 4(2).
- Bahar, A., & Sjahruddin, H. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang*.
- Fure, H. (2013). *Lokasi, keberagaman produk, harga, dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap minat beli pada pasar tradisional Bersehati Calaca*. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3).
- Hidayatullah, S., Waris, A., & Devianti, R. C. (2018). *Perilaku generasi milenial dalam menggunakan aplikasi Go-food*. *Jurnal Manajemen dan kewirausahaan*, 6(2), 240-249.

- Indraswari, A., & Kusuma, H. (2018). *Analisa Pemanfaatan Aplikasi Go-Food Bagi Pendapatan Pemilik Usaha Rumah Makan Di Kelurahan Sawojajar Kota Malang*. *Jurnal Ilmu Ekonomi JIE*, 2(1), 63-73.
- Prawira, B., & Yasa, N. N. K. (2014). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Samsung di Kota Denpasar*. Universitas Udayana, Bali, Indonesia.
- Purnomo, E. (2016). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Beras Lokal (Studi Kasus Desa Rambah Utama)* (Doctoral dissertation, Universitas Pasir Pengaraian).
- Sari, M. R., & Lestari, R. (2019). *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Pada Minat Pembelian Ulang Konsumen Keretaapi Kelas Eksekutif Argo Parahyangan*. *Oikonomia: Jurnal Manajemen*, 15(1).
- Sari, R. K., & Hariyana, N. (2019). *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Dan Kepuasan Pelanggan Online Shopping Pada Remaja Di Situbondo*. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 6(2).
- Sari, R. K., Yulisetiari, D., & Sudaryanto, S. (2016). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan serta Kualitas Produk terhadap Minat Pembelian Ulang dan Kepuasan Pelanggan Online Shopping pada Mahasiswa Universitas Abdurachman Saleh Situbondo*. *BISMA: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 10(2), 115-126.
- Suryati, M. (2016). *Analisis Pengaruh Harga, Lokasi, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Kasus Pada UKM Bakmi Surabaya Di Daerah Istimewa Yogyakarta)* (Doctoral dissertation, Universitas PGRI Yogyakarta).
- Radito, T. (2014). *Analisis pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas kesehatan terhadap kepuasan pasien Puskesmas*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(2), 1-25.
- Romdhoni, A. H. (2018). *Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(02), 136-147.