



Kepuasan Konsumen terhadap Pembelian Salad Buah Melalui Jasa Layanan Go Food, Grab Food dan Shopee Food (Studi Kasus: UMKM Nayo Salad)

Customer Satisfaction on Purchase Fruit Salad Through Go Food, Grab Food and Shopee Food Services (Case Study: UMKM Nayo Salad)

Putri Seroja, Zr, Rahma Sari Siregar & Khairul Saleh

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Medan Area, Indonesia

Abstrak

Kepuasan adalah penilaian terhadap suatu produk dengan membandingkan kenyataan dan harapan pada layanan Food delivery. layanan Food delivery menjadi salah satu solusi yang strategis pada masa sekarang ini dan menjanjikan keuntungan bagi pelaku bisnis kuliner. salah satu dari bentuk usaha yang menjadikan aneka buah-buahan sebagai bahan baku utama dari usahanya yaitu salad buah. Nayo Salad adalah Usaha Kecil Menengah (UMKM) terletak di Jl. Rahmadsyah Gg. Emse No.3 Kecamatan Medan Area, Kabupaten Kota Medan. pemasaran dari salad buah nayo di pasarkan secara offline dan online yang bermitra di layanan Food delivery dalam layanan Gofood, Grab Food, dan Shopee Food. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Kepuasan Konsumen terhadap Pembelian Salad Buah Nayo melalui Jasa Layanan Go-Food, Grab Food dan Shopee Food. Penentuan lokasi penelitian ini dilakukan dengan metode purposive (sengaja). Metode analisis data menggunakan analisis Customer Satisfaction Index (CSI) dengan metode pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah persentase tingkat kepuasan konsumen nayo salad yang membeli melalui layanan Gofood, Grab Food, dan Shopee Food berdasarkan indikator yang diteliti yaitu kualitas layanan, kualitas produk, kecepatan pengantaran, dan pilihan penyaluran produk salad buah Nayo.

Kata Kunci: Kepuasan Konsumen, Food delivery, Nayo salad

Abstract

Satisfaction is an assessment of a product by comparing the reality and expectations of food delivery services. Food delivery services are one of the strategic solutions nowadays and promise benefits for culinary business people. One form of business that uses various fruits as the main raw material for its business is fruit salad. Nayo Salad is a Small and Medium Enterprises. located on Jl. Rahmadsyah Gg. Emse No.3 Medan Area District, Medan City Regency. marketing of Nayo fruit salad is marketed offline and online in partnership with Food delivery services in Gofood, Grab Food and Shopee Food services. This study aims to determine Consumer Satisfaction with Purchasing Nayo Fruit Salad through Go-Food, Grab Food and Shopee Food Services. Determining the location of this research was carried out using a purposive method (intentionally). The data analysis method uses the analysis of the Customer Satisfaction Index (CSI) with a qualitative descriptive approach. The results obtained from this study are the percentage of satisfaction levels for nayo salad consumers who buy through Gofood, Grab Food, and Shopee Food services based on the indicators studied, namely service quality, product quality, delivery speed, and distribution options for Nayo fruit salad products.

Keywords: Consumer Satisfaction, Food delivery, Nayo salad

How to Cite: Seroja, P. Siregar, R. S. Saleh, K. (2023). Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Salad Buah Melalui Jasa Layanan Go Food, Grab Food dan Shopee Food (Studi Kasus: UMKM Nayo Salad). *Jurnal Ilmiah Pertanian (JIPERTA)*, 5 (1): 32-38



PENDAHULUAN

Kemajuan dunia teknologi yang sangat pesat dalam sistem informasi menuntut para pelaku usaha untuk dapat memahami serta memanfaatkannya dalam kegiatan bisnis seperti inovasi model bisnis *e-commerce*. Menurut Indraswari & Kusuma (2018), Berkembangnya teknologi yang semakin cepat maka bidang financial dan teknologi juga semakin berkembang dengan efisien dan modern. Teknologi memudahkan kita dalam menunjang berbagai macam kegiatan aktifitas dalam kehidupan. Bidang perekonomian dunia saat ini, penting untuk memberikan inovasi teknologi di dalamnya (Pramana et al., 2019).

Sejalan dengan itu Rakhmawati (2019) menjelaskan bahwa kemajuan dunia teknologi yang sangat pesat dalam informasi menuntut para pelaku usaha untuk dapat memahami serta memanfaatkannya dalam kegiatan bisnis sebagai upaya untuk meningkatkan daya saing inovasi teknologi. Salah satu bentuk inovasi dari hadirnya teknologi informasi yaitu munculnya terobosan baru yaitu melahirkan satu fitur layanan pesan antar makanan (*Food delivery*) seperti *Go Food, Grab Food, dan Shopee Food* layanan E-commerce tersebut telah banyak bermitra dengan pelaku usaha UMKM yang dapat meningkatkan pendapatan pelaku usaha dikota medan. salah satu dari bentuk usaha yang menjadikan aneka buah-buahan sebagai bahan baku utama dari usahanya yaitu salad buah. dari data temuan bahwa sebanyak 109 usaha mikro menengah dengan produk olahan salad buah. Salad buah menjadi usaha yang sangat menjanjikan pada saat ini dan salah satu usaha rumahan (Home Industri) Nayo Salad. Nayo Salad termasuk kedalam Usaha Kecil Menengah (UKM) yang berdiri pada tahun 2018. Nayo Salad terletak di Jl. Rahmadsyah Gg. Emse No.3 Kecamatan Medan Area, Kabupaten Kota Medan. Pemilik bisnis Nayo Salad adalah Dewi Andriana yang terlibat dalam proses produksi di bisnis Nayo Salad. Komponen isian salad buah yang di olah di nayo salad di dalamnya terdiri dari buah-buahan segar, Adapun buah yang biasa dipotong-potong untuk dijadikan salad buah seperti anggur, apel, stroberi, pir, manga, jeruk sunkies, buah naga, kiwi, dan buah segar lainnya.

Data konsumen Nayo Salad berdasarkan Pengguna Situs E-Commerce yang tertinggi adalah Partner Gojek yaitu Konsumen *Go-Food* dengan jumlah 400 konsumen karena Nayo salad bermitra dari tahun 2018 sehingga konsumen yang didapat semakin banyak dan konsumen dengan jumlah terendah adalah Partner Shopee yaitu *Shopee Food* dengan jumlah 76 Konsumen, hal ini disebabkan bahwasanya Nayo salad baru bermitra baru bergabung pada tahun 2021 sehingga konsumen yang didapat masih belum banyak.

UMKM Nayo Salad di kota Medan mampu memberikan harga jual produk yang yang dapat dijangkau oleh semua kalangan konsumen di Kota Medan baik dari penjualan secara offline dan melalui *Layanan Food delivery Go Food, Grab Food dan Shopee Food*. diketahui bahwasanya harga jual secara offline lebih murah dibandingkan penjualan melalui *Grab food, Go Food, dan Shopee Food*, hal ini dikarenakan terdapat biaya tambahan yang diberikan oleh ketiga layanan tersebut yang ditentukan oleh masing-masing perusahaan jasa pelayanan untuk *Gofood dan Grabfood dan ShopeeFood* sebesar 20% namun dari penjualan melalui *Grab Food* lebih murah dikarenakan konsumen dapat memilih layanan pengambilan salad buah secara langsung atau melalui jasa layanan pengantaran yang sudah disediakan. Sehingga terdapat perbedaan harga salad buah melalui *Go food dan Shopee Food*. dan dari harga yang tersedia membentuk rekapitulasi pembelian salad buah berdasarkan data penjualan.

Berdasarkan latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui Kepuasan Konsumen terhadap Pembelian Salad Buah Nayo melalui Jasa Layanan *Go-Food Grab Food dan Shopee Food*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Nayo Salad, Jl. Rahmadsyah Gg. Emse No.3 Kecamatan Medan Area, Kabupaten Kota Medan, penentuan lokasi ini ditentukan secara sengaja (Purposive) di Kecamatan Medan Area. Lokasi ini di pilih secara sengaja dengan pertimbangan bahwa Lokasi tersebut merupakan Usaha Kecil Menengah (UKM) yang memasarkan Produk Salad Buah terbanyak dengan Menggunakan Pemasaran Digital (Online) melalui situs E-commerce *Go-Food*, *Grab-Food* dan *Shopee Food* dengan Rating Konsumen tertinggi dengan nilai 4.9. Penelitian ini dilaksanakan pada 13 Juli-9 September 2022.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Nayo Salad yang berada di kota Medan. Jumlah populasi dalam penelitian ini berdasarkan data Tabel 6. konsumen Nayo Salad pada seluruh konsumen yang berada di kota Medan dengan jumlah 796 konsumen. Berpijak pada pendapat tersebut, maka pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah 10% dari populasi yang ada, karena jumlah populasi melebihi 100 yaitu 796 konsumen. Sehingga $796 \times 10\% = 80$, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 80 konsumen.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan didapat dari Data yang dikumpulkan berupa data primer dan data sekunder. Data Primer adalah data diperoleh dengan wawancara langsung kepada konsumen Nayo salad yang melakukan Pembelian salad buah secara Offline dan dengan kuisisioner Online melalui google Formulir yang akan di bagikan kepada konsumen yang menggunakan layanan E-commerce *Go-Food*, *Grab-Food* dan *Shopee Food* yang berada di kota Medan terhadap usaha Nayo Salad Jl. Rahmadsyah Gg. Amse No, di kecamatan Medan Area kabupaten Kota Medan. Jenis kuisisioner yang digunakan yaitu kuisisioner skala likert dengan nilai 1-5, dengan ketentuan nilai; 4= Sangat Setuju ,3= Setuju, 2= Tidak Setuju dan 1 = Sangat Tidak Setuju. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) Republik Indonesia, Provinsi Sumatera Utara, dan Literatur yang mendukung dengan penelitian ini.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Untuk melihat tingkat kepuasan konsumen terhadap pembelian salad buah dengan layanan go food, *Grab Food* dan *Shopee Food* dapat menggunakan Costumer Satisfaction Index (CSI) atau yang di kenal dengan indeks kepuasan konsumen merupakan metode yang menggunakan indeks atau mengukur tingkat kepuasan konnsumen berdasarkan Harapan konsumen terhadap jasa layanan dan Kinerja yang dirasakan oleh konsumen. Hal ini tergantung pada kebutuhan informasi yang ingin didapatkan perusahaan terhadap konsumen (Massnick, 1997). Arithmetic Mean digunakan untuk melihat bagaimana tingkat harapan dan kinerja suatu layananan (Nurulita,2009)

Kriteria Costumer Satisfaction Index (CSI) dari layanan Gofood, Grabfood, dan Shopeefood sebagai berikut:

1. 73- 86 : Sangat Puas
2. 60-72 : Puas
3. 47- 59 : Kurang Puas
4. 34- 46 : Tidak Puas

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kepuasan Konsumen Nayo Salad terhadap Jasa layanan Gofood

Berdasarkan jumlah sampel penelitian untuk pengguna layanan Gofood diketahui bahwasanya Konsumen Nayo salad yang menggunakan jasa layanan Gofood yaitu sebanyak 32 konsumen yang akan di analisis dengan Customer Satisfaction Index (CSI) atau yang di kenal dengan indeks kepuasan konsumen merupakan metode yang menggunakan indeks atau mengukur tingkat kepuasan konnsumen berdasarkan Harapan konsumen terhadap jasa layanan dan Kinerja yang dirasakan konsumen yang dapat dilihat dari tabel tingkat kepuasan berikut :

No	Kepuasan konsumen	Indikator pertanyaan	Persentase csi
1	Kualitas Layanan	Rating	72 %
2	Kualitas Produk	Bentuk, Tampilan, dan rasa	69,3 %
3	Kecepatan Pengantaran	Ketepatan Pengiriman oleh kurir	67,3 %
Skala Kepuasan :			60-72
Kategori Kepuasan Konsumen :			Puas

Sumber: Data Primer yang diolah *Googlefrom*, Tahun 2022

Berdasarkan tabel 1 dapat dilihat bahwasanya hasil pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan diketahui Kepuasan konsumen pada Kualitas layanan *Gofood* dikategorikan Puas pada indicator rating, bentuk tampilan dan rasa, dan ketepatan pengiriman produk. Hal ini dibuktikan dengan nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) yang di peroleh berada diantara 60-72 yaitu sebesar 72,42 %. Hal ini juga dapat dibuktikan nilai harapan konsumen lebih tinggi dibandingkan Kinerja aplikasi *Gofood*.

Grabfood

Berdasarkan jumlah sampel penelitian untuk pengguna layanan *Grabfood* diketahui bahwasanya Konsumen Nayo salad yang menggunakan jasa layanan *Grabfood* yaitu sebanyak 40 konsumen yang akan di analisis dengan *Costumer Satisfaction Index* (CSI) atau yang di kenal dengan indeks kepuasan konsumen merupakan metode yang menggunakan indeks atau mengukur tingkat kepuasan konnsumen berdasarkan Harapan konsumen terhadap jasa layanan dan Kinerja yang dirasakan konsumen yang dapat dilihat dari tabel tingkat kepuasan berikut :

Tabel 2. Kepuasan Konsumen pada Kualitas Layanan *Grabfood*

No	Kepuasan konsumen	Indikator pertanyaan	Persentase csi
1	Kualitas Layanan	Rating dan praktis pembelian melalui aplikasi <i>grabfood</i>	82,64 %
2	Kecepatan Pengantaran	Ketepatan Pengiriman oleh kurir	83,2 %
3	Pilihan penyaluran produk	Diantar Kurir	86,3 %
Skala Kepuasan :			73-86
Kategori Kepuasan Konsumen :			Sangat Puas

Sumber: Data Primer yang diolah *Googlefrom*, Tahun 2022

Shopeefood

Berdasarkan jumlah sampel penelitian untuk pengguna layanan *Shopeefood* diketahui bahwasanya Konsumen Nayo salad yang menggunakan jasa layanan *Shopeefood* yaitu sebanyak 8 konsumen yang akan di analisis dengan *Costumer Satisfaction Index* (CSI) atau yang di kenal dengan indeks kepuasan konsumen merupakan metode yang menggunakan indeks atau mengukur tingkat kepuasan konnsumen berdasarkan Harapan konsumen terhadap jasa layanan dan Kinerja yang dirasakan konsumen yang dapat dilihat dari tabel tingkat kepuasan berikut :

Tabel 3. Kepuasan Konsumen pada Kualitas Layanan *Shopeefood*.

No	Kepuasan konsumen	Indikator pertanyaan	Persentase csi
1	Kualitas Layanan	Metode pembayaran Tunai dan non tunai	76,32 %
Skala Kepuasan :			73-86
Kategori Kepuasan Konsumen :			Sangat Puas

Sumber: Data Primer yang diolah Googlefrom, Tahun 2022

Berdasarkan tabel 3. dapat dilihat bahwasanya hasil pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan diketahui Kepuasan konsumen pada Kualitas layanan Shopeefood dikategorikan Sangat puas pada Metode pembayaran tunai dan non tunai. Hal ini dibuktikan dengan nilai Customer Satisfaction Index (CSI) yang di peroleh berada diantara 73-86 yaitu sebesar 76,32%. Hal ini juga dapat dibuktikan nilai harapan konsumen lebih tinggi dibandingkan Kinerja aplikasi Shopeefood.

Kepuasan Konsumen Pada layanan Gofood.

a. Kepuasan Konsumen pada Kualitas Layanan Gofood.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap 32 responden untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen nayo salad terhadap jasa layanan gofood dengan metode CSI, diperoleh hasil sebesar 72,42% yang berarti pada kisaran 60-70. Berdasarkan hasil CSI tersebut, maka konsumen gofood merasa puas kualitas layanan yang ada pada aplikasi Gofood. konsumen merasa puas terhadap Promo dan Diskon yang menjadi penawaran menarik yang ditampilkan pada layanan Gofood.

b. Kepuasan Konsumen pada Kualitas Produk Gofood.

Tingkat kepuasan konsumen nayo salad terhadap atribut kualitas produk dengan menggunakan metode CSI, diperoleh hasil sebesar 69,3% yang berarti bahwa konsumen merasa puas dengan kualitas produk yang ada pada aplikasi gofood. Konsumen merasa puas karena manfaat dari kandungan vitamin yang ada pada produk salad buah yang baik untuk tubuh.

c. Kepuasan Konsumen pada Kecepatan Pengantaran Gofood.

Nilai Customer Satisfaction index (CSI) pada atribut Kecepatan pengantaran Produk nayo salad kepada konsumen diperoleh hasil sebesar 67,3% yang berarti bahwa konsumen merasa puas dengan Kecepatan pengantaran produk kepada konsumen karena lokasi penjualan Nayo salad dekat dengan titik penerima, ketepatan pengiriman produk, Estimasi waktu yang diberikan aplikasi sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan.

Sehingga dapat diketahui dari nilai total kepuasan konsumen nayo salad yang menggunakan jasa layanan Gofood secara umum indeks kepuasan konsumen untuk atribut-atribut yang diuji adalah pada kriteria Puas, artinya konsumen memiliki kemauan untuk melakukan pembelian ulang Kembali, melakukan rekomendasi kepada pihak lain dan namun masih mempunyai pertimbangan yang besar untuk beralih ke penggunaan jasa layanan yang lain.

Kepuasan Konsumen pada Layanan Grabfood

a. Kepuasan Konsumen pada Kualitas Layanan Grabfood

Konsumen Nayo salad yang menggunakan jasa layanan Grabfood Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap 40 responden untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen nayo salad terhadap jasa layanan Grabfood dengan metode CSI, diperoleh hasil sebesar 82,64%% yang berarti nilai berada pada kisaran 73-86 Berdasarkan hasil CSI tersebut, maka konsumen Grabfood merasa sangat puas terhadap kualitas layanan yang ada pada aplikasi Grabfood. konsumen merasa sangat puas terhadap Promo dan Diskon yang menjadi penawaran menarik yang ditampilkan pada layanan Grabfood selain itu konsumen sangat merasa puas karena kemudahan untuk pembelian produk secara online.

b. Kepuasan Konsumen pada Kecepatan Pengantaran Grabfood.

Nilai Customer Satisfaction index (CSI) pada atribut Kecepatan pengantaran Produk nayo salad kepada konsumen diperoleh hasil sebesar 69,2% yang berarti bahwa konsumen merasa puas dengan Kecepatan pengantaran produk kepada konsumen karena lokasi penjualan Nayo salad dekat dengan titik penerima, ketepatan pengiriman produk, Estimasi waktu yang diberikan aplikasi sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan.

c. Kepuasan Konsumen pada pilihan penyaluran Produk Grabfood.

Kepuasan konsumen pada pilihan penyaluran produk melalui Grabfood dikategorikan Sangat Puas. Hal ini dibuktikan dengan nilai Customer Satisfaction Index (CSI) yang di peroleh berada diantara 73-86 yaitu sebesar 86,3%. konsumen merasa sangat puas dikarenakan terdapat Fitur “Diantar” oleh jasa Grabfood dikarenakan lebih praktis selain itu fitur ini hanya tersedia di layanan *Grabfood*.

Sehingga dapat diketahui dari nilai total kepuasan konsumen nayo salad yang menggunakan jasa layanan *Grabfood* secara umum indeks kepuasan konsumen untuk atribut-atribut yang diuji adalah pada kriteria Sangat Puas, artinya konsumen memiliki kemauan yang sangat kuat untuk melakukan pembelian ulang Kembali, melakukan rekomendasi kepada pihak lain dan tidak mempunyai pertimbangan yang besar untuk beralih ke penggunaan jasa layanan yang lain.

Kepuasan Konsumen pada Layanan Shopeefood.

Konsumen Nayo salad yang menggunakan jasa layanan Shopeefood Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap 8 responden untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen nayo salad terhadap jasa layanan Shopeefood Konsumen merasa sangat puas terhadap kualitas layanan Shopeefood hal ini sangat dipengaruhi Oleh rating penilaian konsumen yang telah membeli salad buah di Nayo Salad yang dapat menunjang pembelian berulang, dan berdasarkan data diketahui bahwa kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan Shopeefood selain itu nilai Customer Satisfaction Index (CSI) yang di peroleh berada diantara 73-86 yaitu sebesar 76,32% dikategorikan sangat puas, hal ini juga disertai alasan konsumen yang menggunakan fitur aplikasi layanan Shopeefood yang sangat mudah untuk dioperasikan dan dengan adanya penawaran menarik berupa diskon, gratis ongkir dan Konsumen merasa sangat puas dengan adanya metode pembayaran secara Tunai dan Non tunai yang diterapkan oleh nayo salad sehingga konsumen dapat membayar dengan Cash on Delivery (pembayaran dirumah) atau melalui aplikasi pembayaran yang ada di layanan Shopee yaitu Shopee pay.

Sehingga dapat diketahui dari nilai total kepuasan konsumen nayo salad yang menggunakan jasa layanan Shopeefood secara umum indeks kepuasan konsumen untuk atribut-atribut yang diuji adalah pada kriteria Puas, artinya konsumen memiliki kemauan untuk melakukan pembelian ulang Kembali, melakukan rekomendasi kepada pihak lain dan namun masih mempunyai pertimbangan yang besar untuk beralih ke penggunaan jasa layanan yang lain.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian didapat Kepuasan Konsumen terhadap Pembelian Salad Buah Nayo melalui Jasa Layanan *Go-Food, Grab Food dan Shopee Food* (studi kasus: Nayo Salad) ditarik kesimpulan bahwa Konsumen nayo salad Puas dengan menggunakan jasa layanan Gofood dan Shopeefood saat melakukan pembelian Salad buah Nayo, dan dari nilai tingkat kepuasan tertinggi yang diperoleh konsumen merasa puas hanya pada atribut Kualitas Layanan dari jasa layanan Gofood. Tingkat kepuasan Konsumen nayo salad yang pada layanan Grabfood konsumen Sangat puas dan dari penilaian konsumen layanan Grabfood memiliki tingkat pelayanan yang sangat baik dari setiap Indikator dan atribut yang diteliti yaitu dari sisi kualitas pelayanan, kecepatan pengantaran produk dan pilihan penyaluran produk nayo salad. Sehingga konsumen memiliki kemauan yang sangat kuat untuk melakukan pembelian ulang Kembali, melakukan rekomendasi kepada pihak lain dan tidak mempunyai pertimbangan yang besar untuk beralih ke penggunaan jasa layanan yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- AC, Nielsen. (2017). Survey Nielsen Consumer Media View, diakses pada 18 Agustus 2019, dari <https://www.nielsen.com/id/en/press-release/2017/tren-baru-di-kalangan-pengguna-internet-di-indonesia/>
- AC, Nielsem., (2019). Nielsen Food Trip Studi. dari <https://www.nielsen.com/id/en/press-release/2017/tren-baru-di-kalangan-pengguna-internet-di-indonesia/>
- Al Farisi, S. Saroh, S. & Hardati, R.N. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Lazada. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Islam Malang: Malang.
- APJII. (2020). Survei Pengguna Internet APJII 2019-Q2 2020: Ada Kenaikan 25,5 Juta Pengguna Internet Baru di RI. <https://apjii.or.id/content/read/104/503/BULETIN-APJII-EDISI-74-November-2020>
- Astasari, A.. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Online Pada Mahasiswa Uny. 21, 1-9.
- Arifin, Z., Pratiwi, N.A. And Brata, B.D., (2021). Persepsi Konsumen Terhadap Makanan Organik Dan Pembentukan Strategi Business Canvas Pada Start Up Organic Market Di Kota Surabaya. Jurnal Ilmu
- Arikunto, S. (2010). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2010). Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta
- Arrahmah, N.T., (2022). Persepsi Konsumen dalam Berbelanja Bahan Pangan Secara Daring pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus di Kota Makassar) (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).
- Badan Pusat Statistik (BPS), 2018. Pedoman Pendataan Survei Layanan E-Commerce Tahun 2018. Jakarta Pusat: Badan Pusat Statistik
- Badan pusat statistika (BPS), 2020. Produksi Buah Lokal Menurut Indonesia. Jakarta: Badan Pusat Statistika dan Direktorat Jendrak Hortikultura.
- Badan pusat statistika (BPS), 2020. Produksi Buah Lokal Menurut Provinsi. Jakarta: Badan Pusat Statistika dan Direktorat Jendrak Hortikultura.
- Baum, David. (1999). E-Commerce, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan. (2018). Data UMKM Kota Medan. Medan: DIKOP UMKM
- Dwi Aryani dan Febrina Rosinta, (2010), Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan, *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, 17(2), 123
- Dwipayana, B. (2018). Peran Kepuasan Dalam Memediasi Pengaruh Kepercayaan Terhadap Niat Beli Ulang Pada *Go-Food* Di Feb Unud. *Jurnal E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 7, No. 10, 2018: 5284-5313 ISSN: 2302-8912 DOI: <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i10.p4>
- Harahap, D. A. (2018). Perilaku Belanja Online Di Indonesia: Studi Kasus. *Jrmsi - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 9(2), 193-213. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.009.2.02>
- 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-
- Kotler, P. (1998). Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol (terjemahan Hendra Teguh dan Ronny Antonius Rusli). Jakarta: Prenhallindo.
- Langgeng, A. (2021). Kepuasan Konsumen Jasa Layanan Ojek Online Selama Masa Pandemi Covid-19: Studi Komparasi Grab Dan Gojek Di Kota Surakarta.
- Laudon, Kenneth C. & Laudon, Jane P. (1998). *Management Information System - New Approachs to Organization & Technology*. 5th edition, New Jersey: Prentice Hall
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani. 2006. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat. *Manajemen*, 9(4), pp.1461-1476.
- Nurulita, Andrian. 2009. Analisis Kinerja Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan PT. Temanggung. Skripsi Sarjana (Tidak Dipublikasikan).
- Pradana, M. (2016). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Merek Customade (Studi di Merek dagang Customade Indonesia): Universitas Telkom
- Pramana, Y., Harahap, G., & Lubis, M. (2019). Analisis Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Kereta Api. *Jurnal Ilmiah Pertanian (JIPERTA)*, 1(2), 202-211
- Rakhmawati, A. 2019. ANALISIS PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI GO-FOOD TERHADAP PENDAPATAN RUMAH MAKAN.
- Rinawati, I. (2008). Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Dan Layanan Makanan Restoran "Student Corner" Jurusan Pendidikan Teknik Boga Dan Busana (Ptbb) Fakultas Teknik Uny.
- Sinaga, J.E., & Simatupang, P., (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen *Go-Food* Di Kota PematangSiantar (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun Pematangsiantar). DOI: 10.36985/manajemen.v1i1.37