

## ANALISIS PENGARUH LAYANAN PESAN MAKANAN *ONLINE* TERHADAP PERJALANAN BERBASIS RUMAH DAN BERBASIS TEMPAT AKTIVITAS

Vincentius<sup>1</sup> dan Leksmono Suryo Putranto<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Sarjana Teknik Sipil, Universitas Tarumanagara, Jl. Letjen S. Parman No.1 Jakarta  
*vincentius.ts@stu.untar.ac.id*

<sup>2</sup>Program Studi Sarjana Teknik Sipil, Universitas Tarumanagara, Jl. Letjen S. Parman No.1 Jakarta  
*leksmonop@ft.untar.ac.id*

Masuk: 04-07-2020, revisi: 12-08-2020, diterima untuk diterbitkan: 22-10-2020

### ABSTRACT

*Transportation is the movement of people or goods using equipment or vehicles to and from geographically separated places. The development of technology in Indonesia affects daily lifestyles, such as the existence of the internet, so that Indonesian people can now access various information quickly and easily. With the existence of an online food ordering service, it is easier for people to order food without having to go out or travel. This can affect the number of people who travel out to buy food. This study was conducted to determine what factors play a role in a person's decision to order online and find out whether online food ordering has a direct effect on trips to buy food directly by the public, and to find out the comparison of online food order services. The data for this research is collected through online questionnaires. This research will use the One-Sample T-test Test Method. From the results of the study found that service and trust are two influential factors in determining someone's decision to order food online, and respondents choose GrabFood application better in service.*

*Keywords: online food applications; online food messaging services; influence factor food ordering decisions.*

### ABSTRAK

Transportasi adalah perpindahan orang atau barang dengan menggunakan alat atau kendaraan dari dan ke tempat-tempat yang terpisah secara geografis. Perkembangan teknologi yang ada di Indonesia mempengaruhi gaya hidup sehari-hari seperti dengan adanya internet, sehingga masyarakat Indonesia kini dapat mengakses berbagai informasi dengan cepat dan mudah. Dengan adanya layanan pesan makanan *online* masyarakat lebih mudah memesan makanan tanpa harus keluar atau berpergian. Hal ini dapat mempengaruhi jumlah masyarakat yang melakukan perjalanan keluar untuk membeli makanan. Penelitian ini dilakukan mengetahui faktor apa saja yang berperan dalam keputusan seseorang melakukan pesan *online* dan mengetahui apakah pesan makanan *online* berpengaruh secara langsung terhadap perjalanan membeli makanan langsung yang dilakukan masyarakat, dan untuk mengetahui perbandingan layanan pesan makanan *online*. Data untuk penelitian didapatkan melalui kuesioner *online*. Penelitian ini akan menggunakan Metode Uji *One Sample T-test*. Dari hasil penelitian didapatkan bahwa pelayanan dan kepercayaan adalah dua faktor yang kuat dalam penentuan keputusan seseorang melakukan pesan makanan *online* dan responden memilih aplikasi *GrabFood* lebih baik dalam pelayanan.

Kata kunci: aplikasi makanan *online*; layanan pesan makanan *online*; Faktor Pengaruh Keputusan pemesanan makanan.

## 1. PENDAHULUAN

Transportasi adalah perpindahan orang atau barang dengan menggunakan alat atau kendaraan dari dan ke tempat-tempat yang terpisah secara geografis. Transportasi sering digunakan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, seperti pergi berkerja, berbelanja, membeli makanan, sekolah, dan lainnya

Salah satu aktivitas pemenuhan kebutuhan yang dilakukan oleh manusia secara berulang-ulang adalah layanan pemesanan makanan *online*. Layanan pemesanan makan *online* tersedia berbagai cara yaitu dengan cara pemesanan via telepon, aplikasi / web restoran, dan juga dapat menggunakan aplikasi transportasi *online* seperti *Go-jek / Grab*.

Kegiatan pemesanan makanan *online* dirasa sangat membantu kegiatan di rumah dan tempat aktivitas, sebab layanan pemesanan makan *online* dapat digunakan secara fleksibel. Meskipun demikian layanan pemesanan makanan *online* masih memiliki berbagai kekurangan atau batasan tersendiri seperti cuaca buruk, kemacetan, dan lain-lain.

Batasan masalah dalam penelitian ini antara lain:

1. Wilayah yang digunakan dalam penelitian ini adalah JABODETABEK (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi).
2. Subjek penelitian merupakan individu yang pernah menggunakan layanan pesan makanan *online*.
3. Subjek penelitian merupakan individu yang sehari-hari melakukan aktivitas padat.

Rumusan masalah yang akan dibahas pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh layanan pemesanan makanan *online* terhadap aktivitas sehari-hari dan perjalanan yang ditimbulkan?
2. Bagaimana tingkat kepercayaan terhadap layanan pemesanan makanan *online*?
3. Bagaimana perbandingan layanan aplikasi (Gofood dan Grabfood) dan pesan antar makanan *online* restoran?

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh layanan pemesanan makanan *online* terhadap aktivitas sehari-hari dan perjalanan yang ditimbulkannya.
2. Mengetahui tingkat kepercayaan terhadap layanan pemesanan makanan *online*.
3. Preferensi responden terhadap layanan pesan antar *online* (GoFood dan GrabFood) dan pesan antar makanan *online* restoran.

## **Transportasi**

Transportasi adalah alat yang digunakan untuk mengangkut manusia, hewan dan barang ketempat tujuan. Menurut Nasution (1996) transportasi diartikan sebagai pemindahan barang dan manusia dari tempat asal ke tempat tujuan. Perjalanan terbentuk karena adanya aktivitas yang dilakukan bukan di tempat tinggal sehingga pola sebaran tata guna lahan suatu kota akan sangat mempengaruhi pola perjalanan orang (Tamin, 2008). Transportasi di bagi 2 yaitu: transportasi pribadi dan transportasi umum.

### **Transportasi pribadi**

Transportasi adalah alat yang digunakan untuk mengangkut manusia, hewan dan barang ketempat tujuan. Menurut Nasution (1996) transportasi diartikan sebagai pemindahan barang dan manusia dari tempat asal ke tempat tujuan. Perjalanan terbentuk karena adanya aktivitas yang dilakukan bukan di tempat tinggal sehingga pola sebaran tata guna lahan suatu kota akan sangat mempengaruhi pola perjalanan orang (Tamin, 2008). Transportasi di bagi 2 yaitu: transportasi pribadi dan transportasi umum.

### **Transportasi umum**

Transportasi umum adalah sarana untuk memindahkan orang atau barang dari suatu tempat ke tempat lain. Tujuannya untuk membantu manusia atau kelompok manusia menjangkau berbagai tempat yang dikehendaki.

Menurut Warpani (1990) angkutan umum adalah angkutan penumpang yang dilakukan dengan system sewa atau bayar. Termasuk dalam pengertian angkutan umum penumpang adalah bus ,minibus,kereta, dan lain lain.

### **Layanan pemesanan makanan *online***

Layanan pemesanan makanan *online* pertama kali di perkenalkan oleh aplikasi Go-jek pada April 2015, dan di susul oleh aplikasi *Grab* pada mei 2016. Layanan pesan makanan *online* juga telah di sediakan oleh beberapa restoran besar seperti *Pizza Hut*, *McDonald* dan lain lain. Proses pemesanan *online* melibatkan beberapa langkah seperti memilih restoran, memilih menu, konfirmasi pemesanan, slip pesanan, dan pengiriman. Layanan pesan makanan *online* dapat menggunakan sistem pembayaran elektronik, pembayaran digital dan kartu debit / kredit. Jika seseorang beranggapan bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya, Sebaliknya jika seseorang beranggapan bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya (Jogiyanto, 2007: 115).

### **Perkembangan transportasi *online***

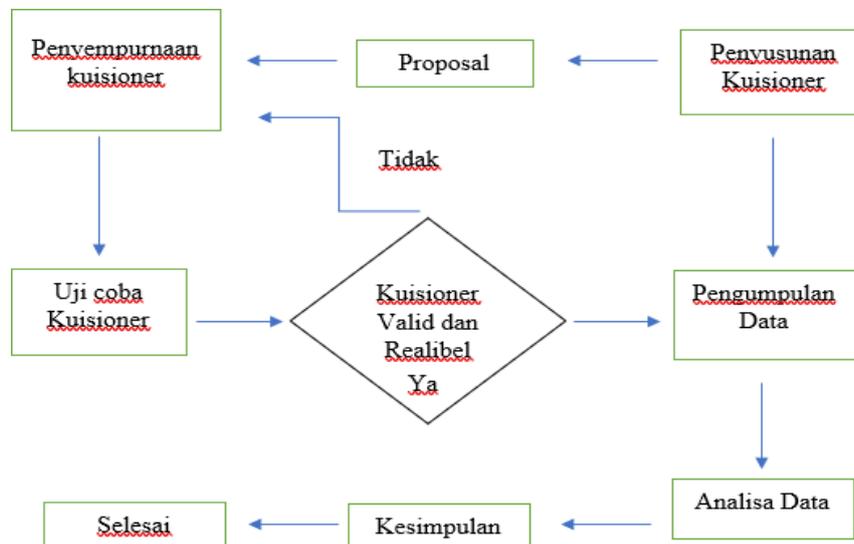
Peningkatan penetrasi internet dan berkembangnya teknologi telepon genggam, sangat mempengaruhi peningkatan pemesanan transportasi *online* di seluruh dunia. Dengan kemudahan yang ditawarkan, sejak satu dekade yang lalu, jumlah aplikasi transportasi *online* telah meningkat. Diawali oleh *Uber*, beberapa negara telah memiliki operator transportasi *online* seperti lyft di Amerika, DiDi di tiongkok, dan *Go-Jek* di Indonesia.

Di Indonesia, *Go-Jek* merupakan operator pertama transportasi *online* yang di luncurkan pada tahun 2014. Lalu diikuti dengan operator lainnya seperti *Grab*, *Uber*. Pada tahun 2018 *Grab* mengakuisisi *Uber*, yang menyebabkan hanya dua aplikasi yang terbesar di transportasi *online* yang melayani pengguna di Indonesia sampai saat ini.

## 2. METODE PENELITIAN

Menurut subagyo (1997) metodologi penelitian adalah suatu cara atau jalan untuk mendapatkan pemecahan terhadap segala permasalahan yang diajukan, Metodologi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif.

Alur atau tahapan dari penelitian ini tertera dalam bentuk diagram pada Gambar 1.



Gambar 1. Diagram alur penelitian

Pada penelitian ini pengumpulan data dilakukan menggunakan metode kuesioner.

Pengumpulan data merupakan salah satu tahapan sangat penting dalam penelitian. Teknik pengumpulan data yang benar akan menghasilkan data yang memiliki kredibilitas tinggi, dan sebaliknya. Kuesioner dibuka dengan pertanyaan mengenai data umum responden lalu dilakukan pengisian formulir data. Setelah itu kuisiener dilanjutkan dengan pertanyaan-pertanyaan mengenai pengaruh layanan pemesanan makanan *online* terhadap perjalanan.

Target penelitian ini adalah mengumpulkan minimal 100 responden yang bertempat tinggal di wilayah JABODETABEK. Dikarenakan laki-laki dan perempuan memiliki akses yang sama, maka penelitian ini memiliki target laki-laki 50% dan perempuan 50% dan tidak ada batasan umur. Data penelitian dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Data penelitian

No	BAGIAN	INDIKATOR
1	Data Umum	Usia
		Jenis Kelamin
		Jabatan (Direksi, Manager, Staff, Lainnya)
2	Karakteristik Penggunaan	Domisili
		Waktu dan frekuensi pemesanan
		Jenis makanan
3	Karakteristik Layanan Pemesanan	Pemilihan tempat makan
		Kecepatan Pengiriman
		Kelayakan Pesanan
		Keamanan dan kenyamanan pesanan
		Harga pesanan

Pengumpulan data kuesioner dilakukan secara *online* dikarenakan saat penelitian dilaksanakan sedang terjadi pandemi COVID-19 dan diberlakukannya Pembatasan Sosial Berskala Besar atau PSBB sehingga tidak memungkinkan untuk melakukan penyebaran kuesioner secara langsung.

Dalam penelitian ini, ketiga metode pengolahan data digunakan. Data-data yang didapat akan dianalisis menggunakan program *statistical package for social sciences* (SPSS). Hasil penelitian dapat dikatakan terpercaya apabila data yang didapat merupakan data yang valid dan reliabel. Maka atas dasar tersebut dilakukan pengujian untuk menentukan validitas dan realibilitas dari data yang terkumpul.

### Uji validasi

Validitas adalah derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh penelitian (Sugiono, 2013). Suatu penelitian dapat dikatakan memiliki tingkat validitas yang tinggi apabila data yang dikumpulkan dapat menjalankan fungsi skala ukurnya secara akurat dan tepat sesuai dengan tujuan penelitian. Ini, uji validitas akan dilakukan dengan menggunakan metode korelasi *Pearson*.

### Uji reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari perubahan atau konstruksi. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas suatu test merujuk pada derajat stabilitas, konsistensi, daya prediksi, dan akurasi. Pengukuran yang memiliki reliabilitas yang tinggi adalah pengukuran yang dapat menghasilkan data yang reliabel.

### Uji *One Sample T-test*

Setelah menyingkirkan data yang tidak sesuai dengan kriteria, maka dilakukan *one sample t-test*. Uji *one sample t-test* yang digunakan untuk menguji apakah ada perbedaan yang signifikan atau berarti pada nilai rata-rata suatu variabel. Apabila nilai  $\alpha \leq 0,05$  atau 5%, maka indikator tersebut dinyatakan berpengaruh terhadap variabel yang diuji. Apabila  $\alpha > 0,05$  atau 5%, maka indikator tersebut tidak berpengaruh terhadap variabel yang diuji. Selain itu apabila nilai selisih *mean* bernilai negatif (-), maka indikator tersebut juga dapat dinyatakan tidak berpengaruh terhadap variabel yang diuji.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis data deskriptif

Survei ditunjukkan kepada masyarakat pengguna aplikasi pemesanan makanan *online*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik perjalanan dalam memesan makanan *online* yang berdomisili di wilayah Jabodetabek. Responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini berjumlah 105 orang yang terbagi menjadi 65 laki-laki dan 40 perempuan. Data-data umum yang diperoleh dalam penelitian ini meliputi usia responden, domisili responden, pendidikan terakhir responden, pengeluaran perbulan responden, aplikasi yang digunakan, dan seberapa sering dalam penggunaan layanan pesan makanan *online*, dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Data umum responden

No	Bagian	Indikator
1	Data Umum	Usia
		Jenis Kelamin
		Jabatan (Direksi, <i>Manager</i> , <i>Staff</i> , Lainnya)
		Domisili
2	Karakteristik Penggunaan	Waktu dan frekuensi pemesanan
		Jenis makanan
		Pemilihan tempat makan

Tabel 2. Data umum responden (Lanjutan)

No	Bagian	Indikator
3	Karakteristik Layanan Pemesanan	Kecepatan Pengiriman
		Kelayakan Pesanan
		Keamanan dan kenyamanan pesanan
		Harga pesanan

Pada tabel 3 akan ditampilkan data mengenai frekuensi penggunaan layanan antar makanan *online*. Pertanyaan pada tabel 3 menggunakan skala *Likert* 1 sampai 4, dengan 1 (hampir tidak pernah), 2 (jarang), 3 (sering) dan 4 (sangat sering).

Tabel 3. Frekuensi penggunaan layanan antar makanan *online*

Indikator	N	Min.	Max.	Mean
Pagi	105	1	4	1,55
Siang	105	1	4	2,61
Malam	105	1	4	2,66

Pada tabel 4 akan ditampilkan data mengenai pelayanan pesanan makanan *online*. Pertanyaan pada tabel 4. menggunakan skala *Likert* 1 sampai 4, dengan 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (setuju) dan 4 (sangat setuju).

Tabel 4 Pelayanan pesanan makanan *online*

Indikator	N	Min.	Max.	Mean
Pesanan sesuai dengan aplikasi	105	3	4	3,35
Pesanan Layak Konsumsi	105	2	4	3,38
Makanan/ Minuman sesuai gambar pada aplikasi	105	2	4	3,03
<i>Driver</i> Bertanggung Jawab	105	2	4	3,19
Ketepatan infomarsi lokasi pemesan	105	1	4	3,23
Aplikasi memilih <i>Driver</i> yang dekat tempat makan/minuman	105	2	4	3,24
<i>Driver</i> memilih jalur tercepat	105	2	4	3,07
<i>Driver</i> merespon catatan dari pemesan	105	2	4	3,16
Aplikasi menyediakan layanan bebas pulsa	105	1	4	3,04

Pada tabel 5 akan ditampilkan data mengenai faktor pengaruhi penggunaan pesanan makanan *online*. Pertanyaan pada tabel 5 menggunakan skala *Likert* 1 sampai 4, dengan 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (setuju) dan 4 (sangat setuju).

Tabel 5. Faktor pengaruhi penggunaan pesanan makanan *online*

Indikator	N	Min.	Max.	Mean
Promosi/ Diskon	105	1	4	3,56
Cuaca	105	1	4	2,97
Jarak Tempat makan/minum	105	2	4	3,16
Antrian	105	1	4	2,85
Rating <i>vendor</i> tempat makan/minum	105	1	4	3,07

Pada tabel 6 akan ditampilkan data mengenai kepercayaan konsumen layanan pesan antar makanan *online*. Pertanyaan pada tabel 6 menggunakan skala *Likert* 1 sampai 4, dengan 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (setuju) dan 4 (sangat setuju).

Tabel 6. Kepercayaan konsumen layanan pesan antar makanan *online*

Indikator	N	Min.	Max.	Mean
Keamanan dalam pembayaran	105	2	4	3,33
pesanan masih tersegel / tidak dibuka	105	2	4	3,58
Harga Tagihan sama dengan aplikasi	105	2	4	3,33
Privasi data konsumen terjaga	105	1	4	3,5
Sikap ramah <i>driver</i> terhadap konsumen	105	1	4	3,41
Layanan pengaduan cepat tanggap	105	1	4	3,16

Pada tabel 7 akan ditampilkan data mengenai dampak pemesanan makanan *online*. Pertanyaan pada tabel 7 menggunakan skala *Likert* 1 sampai 4, dengan 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (setuju) dan 4 (sangat setuju).

Tabel 7. Dampak pemesanan makanan *online*

Indikator	N	Min.	Max.	Mean
Pemesanan makanan <i>online</i> menguragi perjalanan keluar	105	1	4	3,40
Waktu Perjalanan Dapat digunakan Kegiatan lain	105	2	4	3,52
Pemesanan makanan <i>online</i> mengurangi pengeluaran	105	1	4	1,72

Pada tabel 8 akan ditampilkan data perbandingan aplikasi *GoFood* dan *GrabFood*. Pertanyaan pada tabel 8 menggunakan skala *Likert* 1 sampai 2, dengan 1 (*GoFood*), 2 (*GrabFood*).

Tabel 8. Perbandingan aplikasi *GoFood* dan *GrabFood*

Indikator	N	Min.	Max.	Mean
Aplikasi yang mudah di gunakan	105	1	2	1,65
Harga Pengiriman yang lebih murah	105	1	2	1,73
Pemberian promo/ diskon lebih baik	105	1	2	1,83

Tabel 8. Perbandingan aplikasi *GoFood* dan *GrabFood* (Lanjutan)

Indikator	N	Min.	Max.	Mean
Aplikasi yang mudah di gunakan	105	1	2	1,65
Harga Pengiriman yang lebih murah	105	1	2	1,73
Pemberian promo/ diskon lebih baik	105	1	2	1,83

Pada tabel 9 akan ditampilkan data perbandingan aplikasi *GoFood* dan *GrabFood*. Pertanyaan pada tabel 9 menggunakan skala *Likert* 1 dan 2, dengan 1 (Aplikasi *Online*), 2 (*Delivery* Tersedia).

Tabel 9. Perbandingan aplikasi pesan antar makanan *online* dengan layanan pesan antar makanan *online* restoran

Indikator	N	Min.	Max.	Mean
Pemesanan mudah di gunakan	105	1	2	1,15
Harga Pengiriman yang lebih murah	105	1	2	1,39
Pemberian promo/ diskon lebih baik	105	1	2	1,10
Kecepatan memilih <i>Driver</i>	105	1	2	1,22
<i>Driver</i> Responsif dalam melayani konsumen	105	1	2	1,17
Sikap <i>Driver</i> yang ramah	105	1	2	1,3
Kecepatan dalam pengiriman	105	1	2	1,3
Keamanan dalam Transaksi	105	1	2	1,4
Cepat tanggap dalam pengaduan	105	1	2	1,4
Banyaknya Pilihan metode pembayaran	105	1	2	1,2

Hasil rekapitulasi data dan pengujian validitas akan disajikan pada tabel 10. Hasil data mengenai frekuensi penggunaan layanan antar makanan *online*, skala yang digunakan adalah skala *Likert* 1 sampai 4, dengan 1 (hampir tidak pernah), 2 (jarang), 3 (sering) dan 4 (sangat sering).

Tabel 10. Uji validitas frekuensi penggunaan layanan antar makanan *online*

Indikator	N	Min.	Max.	Mean	R	Sig.	Valid?
Pagi	105	1	4	1,55	0,864	<0,001	Valid
Siang	105	1	4	2,61	0,713	0,005	Valid
Malam	105	1	4	2,66	0,668	0,009	Valid

Setelah melakukan uji validitas untuk variabel frekuensi penggunaan layanan antar makanan *online*, maka dilakukan uji reliabilitas dan didapatkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,622. Dengan nilai *Cronbach's Alpha* tersebut maka dapat dibilang variabel yang diuji reliabel.

Pada tabel 11 akan disajikan hasil rekapitulasi data dan pengujian validitas. Pertanyaan mengenai pelayanan pesan antar makanan *online*, skala yang digunakan adalah skala *Likert* 1 sampai 4, dengan 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (setuju), dan 4 (sangat setuju).

Tabel 11. Uji validitas pelayanan pesanan makanan *online*

Indikator	N	Min.	Max.	Mean	R	Sig.	Valid?
Pesanan sesuai dengan aplikasi	105	3	4	3,35	0,872	<0,001	Valid
Pesanan Layak Konsumsi	105	2	4	3,38	0,799	0,001	Valid
Makanan/ Minuman sesuai gambar pada aplikasi	105	2	4	3,03	0,832	<0,001	Valid
<i>Driver</i> Bertanggung Jawab	105	2	4	3,19	0,755	0,002	Valid
Ketepatan infomarsi lokasi pemesan	105	1	4	3,23	0,719	0,004	Valid
Aplikasi memilih <i>Driver</i> yang dekat tempat makan/minuman	105	2	4	3,24	0,835	<0,001	Valid
<i>Driver</i> memilih jalur tercepat	105	2	4	3,07	0,737	0,003	Valid
<i>Driver</i> merespon catatan dari pemesan	105	2	4	3,16	0,709	0,005	Valid
Aplikasi menyediakan layanan bebas pulsa	105	1	4	3,04	0,770	0,002	Valid

Setelah melakukan uji validitas untuk variabel kepercayaan terhadap toko *online*, maka dilakukan uji reliabilitas dan didapatkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,908. Dengan demikian data tersebut dinyatakan *valid* dan reliabel. Pada tabel 12 akan disajikan hasil rekapitulasi data dan pengujian validitas. Pertanyaan faktor pengaruhi penggunaan pesanan makanan *online*, skala yang digunakan adalah skala *Likert* 1 sampai 4, dengan 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (setuju), dan 4 (sangat setuju).

Tabel 12. Uji validitas faktor pengaruhi penggunaan pesanan makanan *online*

Indikator	N	Min.	Max.	Mean	R	Sig.	Valid?
Promosi/ Diskon	105	1	4	3,56	0,514	0,044	Valid
Cuaca	105	1	4	2,97	0,636	0,013	Valid
Jarak Tempat makan/minum	105	2	4	3,16	0,381	0,111	Tidak
Antrian	105	1	4	2,85	0,390	0,105	Tidak
Rating <i>vendor</i> tempat makan/minum	105	1	4	3,07	0,805	0,001	Valid

Berdasarkan tabel 12, terdapat 2 variabel tidak *valid*. Karena indikator dinyatakan tidak *valid*, maka indikator tersebut dihapus dan dilakukan uji realibilitas dan didapatkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,849. Dengan demikian data tersebut dinyatakan *valid* dan reliabel. Untuk tabel 13, akan disajikan data kepercayaan konsumen terhadap aplikasi. Pertanyaan berskala *Likert* 1 sampai 4, dengan 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (setuju), dan 4 (sangat setuju).

Tabel 13. Uji validitas kepercayaan konsumen terhadap aplikasi

Indikator	N	Min.	Max.	Mean	R	Sig.	Valid?
Keamanan dalam pembayaran	105	2	4	3,33	0,83	<0,001	Valid
pesanan masih tersegel / tidak dibuka	105	2	4	3,58	0,843	<0,001	Valid
Harga Tagihan sama dengan aplikasi	105	2	4	3,33	0,85	<0,001	Valid
Privasi data konsumen terjaga	105	1	4	3,5	0,856	<0,001	Valid

Tabel 13. Uji validitas kepercayaan konsumen terhadap aplikasi (Lanjutan)

Indikator	N	Min.	Max.	Mean	R	Sig.	Valid
Sikap ramah <i>driver</i> terhadap konsumen	105	1	4	3,41	0,372	0,117	Tidak
Layanan pengaduan cepat tanggap	105	1	4	3,16	0,788	0,001	Valid

Berdasarkan tabel 13, terdapat 1 variabel tidak valid. Karena indikator dinyatakan tidak valid, maka indikator tersebut dihapus dan dilakukan uji realibilitas dan didapatkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,861. Dengan demikian data tersebut dinyatakan valid dan reliabel. Untuk tabel 14, akan disajikan data dampak pemesanan makanan *online*. Digunakan skala *Likert* 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (setuju), dan 4 (sangat setuju).

Tabel 14. Uji validitas dampak pemesanan makanan *online*

Indikator	N	Min.	Max.	Mean	R	Sig.	Valid?
Pemesanan makanan <i>online</i> mengurangi perjalanan keluar	105	1	4	3,40	0,788	0,001	Valid
Waktu Perjalanan Dapat digunakan Kegiatan lain	105	2	4	3,52	0,804	0,001	Valid
Pemesanan makanan <i>online</i> mengurangi pengeluaran	105	1	4	1,72	0,349	<0,001	Valid

Setelah melakukan uji validitas untuk variabel kepercayaan terhadap dampak pemesanan makanan *online*, maka dilakukan uji reliabilitas dan didapatkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,647. Dengan demikian data tersebut dinyatakan valid dan reliabel. Pada tabel 15 akan disajikan hasil rekapitulasi data dan pengujian validitas. Pertanyaan perbandingan aplikasi *GoFood* dan *GrabFood*, skala yang digunakan adalah skala *Likert* 1 dan 2, dengan 1 (*GoFood*). 2 (*GrabFood*)

Tabel 15. Uji validitas perbandingan aplikasi *GoFood* dan *GrabFood*.

Indikator	N	Min.	Max.	Mean	R	Sig.	Valid?
Aplikasi yang mudah di gunakan	105	1	2	1,65	0,837	<0,001	Valid
Harga Pengiriman yang lebih murah	105	1	2	1,73	0,706	0,005	Valid
Pemberian promo/ diskon lebih baik	105	1	2	1,83	0,563	0,028	Valid
Harga yang mendekati harga toko	105	1	2	1,60	0,550	0,032	Valid
<i>Driver</i> Responsif dalam melayani konsumen	105	1	2	1,58	0,759	0,002	Valid
Sikap <i>Driver</i> yang ramah	105	1	2	1,58	0,750	0,002	Valid
Kecepatan dalam pengiriman	105	1	2	1,60	0,740	0,003	Valid
Keamanan dalam Transaksi	105	1	2	1,64	0,750	0,002	Valid
Banyak pilihan <i>vendor</i>	105	1	2	1,52	0,875	<0,001	Valid
Banyaknya Pilihan metode pembayaran	105	1	2	1,67	0,740	0,003	Valid

Setelah melakukan uji validitas untuk variabel perbandingan aplikasi *GoFood* dan *GrabFood*, maka dilakukan uji reliabilitas dan didapatkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,915. Dengan demikian data tersebut dinyatakan *valid* dan reliabel. Pada tabel 16 akan disajikan hasil rekapitulasi data dan pengujian validitas. Pertanyaan perbandingan

aplikasi pesan antar makanan *online* dengan layanan pesan antar makanan restoran, skala yang digunakan adalah skala *Likert* 1 dan 2, dengan 1 (aplikasi). 2 (*delivery* tersedia).

Tabel 16. Uji validitas perbandingan aplikasi pesan antar makanan *online* dengan layanan pesan antar makanan restoran

Indikator	N	Min.	Max.	Mean	R	Sig.	Valid?
Pemesanan mudah di gunakan	105	1	2	1,15	0,513	0,042	Valid
Harga Pengiriman yang lebih murah	105	1	2	1,39	0,883	<0,001	Valid
Pemberian promo/ diskon lebih baik	105	1	2	1,10	0,489	0,053	Tidak
Kecepatan memilih <i>Driver</i>	105	1	2	1,22	0,094	0,385	Tidak
<i>Driver</i> Responsif dalam melayani konsumen	105	1	2	1,17	0,629	0,014	Valid
Sikap <i>Driver</i> yang ramah	105	1	2	1,3	0,883	<0,001	Valid
Kecepatan dalam pengiriman	105	1	2	1,3	0,607	0,018	Valid
Keamanan dalam Transaksi	105	1	2	1,4	0,601	0,019	Valid
Cepat tanggap dalam pengaduan	105	1	2	1,4	0,631	0,014	Valid
Banyaknya Pilihan metode pembayaran	105	1	2	1,2	0,629	0,014	Valid

Berdasarkan tabel 16, terdapat 2 variabel tidak valid. Karena indikator dinyatakan tidak valid, maka indikator tersebut dihapus dan dilakukan uji reliabilitas dan didapatkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,857. Dengan demikian data tersebut dinyatakan valid dan reliabel.

### One Sample T-Test

Metode ini akan membandingkan rata-rata dari setiap variabel dengan nilai tes 2,5. Hasil analisis dari pengujian ini akan disajikan dalam bentuk variabel yang memuat jumlah responden, nilai rata-rata, selisih nilai rata-rata, nilai  $\alpha$  dan perbandingan apakah hasil  $\alpha$  tersebut signifikan terhadap hasil uji. Pada tabel 17 akan disajikan hasil Uji *one sample T-test* frekuensi penggunaan layanan antar makanan *online* dengan rata-rata dikurang 2,5.

Tabel 17. Uji *one sample T-test* frekuensi penggunaan layanan antar makanan *online*

No	Variabel	N	Rataan	Selisi Rataan	a	$\alpha \leq 0,05$ (Ya/Tidak)
1	Pagi	105	1,55	-0,94	<0,001	Ya
2	Siang	105	2,60	0,10	0,091	Tidak
3	Malam	105	2,65	0,15	0,042	Ya

Pada Tabel 17 diperoleh hasil uji *One Sample T Test* dimana nilai rata-rata variabel nomor 2 dan 3 berada di atas 2,5, yang berarti para responden menilai frekuensi penggunaan layanan pemesanan makanan *online* lebih sering di gunakan pada siang dan malam hari. Variabel 2 ini memiliki nilai  $\alpha$  yang tidak signifikan terhadap 0,05. Sedangkan untuk variabel 3 memiliki nilai  $\alpha$  yang signifikan terhadap 0,05. Variabel 1 memiliki nilai rata-rata dibawah 2,5 yang berarti para responden menilai frekuensi penggunaan layanan pemesanan makanan *online* jarang di gunakan pada pagi hari dan memiliki nilai  $\alpha$  yang signifikan terhadap 0,05. Pada tabel 18 akan disajikan hasil Uji *one sample T-test* pelayanan pesanan makanan *online* dengan rata-rata dikurang 2,5.

Tabel 18. Uji *one sample T-test* pelayanan pesanan makanan *online*

No	Variabel	N	Rataan	Selisi Rataan	a	$\alpha \leq 0,05$ (Ya/Tidak)
1	Pesanan sesuai dengan aplikasi	105	3,35	0,85	<0,001	Ya
2	Pesanan Layak Konsumsi	105	3,38	0,88	<0,001	Ya
3	Makanan/ Minuman sesuai gambar pada aplikasi	105	3,03	0,53	<0,001	Ya
4	<i>Driver</i> Bertanggung Jawab	105	3,19	0,69	<0,001	Ya
5	Ketepatan infomarsi lokasi pemesan	105	3,23	0,73	<0,001	Ya
6	Aplikasi memilih <i>Driver</i> yang dekat tempat makan/minuman	105	3,24	0,74	<0,001	Ya
7	<i>Driver</i> memilih jalur tercepat	105	3,07	0,57	<0,001	Ya
8	<i>Driver</i> merespon catatan dari pemesan	105	3,16	0,66	<0,001	Ya
9	Aplikasi menyediakan layanan bebas pulsa	105	3,03	0,53	<0,001	Ya

Pada Tabel 18 diperoleh hasil untuk semua variabel memiliki nilai rataan jauh diatas 2,5 dan nilai  $\alpha$  yang signifikan terhadap 0,05. Hal ini berarti pelayanan pesanana makanan *online* baik. Pada tabel 19 akan disajikan hasil Uji *one sample T-test* faktor pengaruhi penggunaan pesanan makanan *online* dengan rataan dikurang 2,5.

Tabel 19. Uji *one sample T-test* faktor pengaruhi penggunaan pesanan makanan *online*

No	Variabel	N	Rataan	Selisi Rataan	a	$\alpha \leq 0,05$ (Ya/Tidak)
1	Promosi/ Diskon	105	3,56	1,06	<0,001	Ya
2	Cuaca	105	2,97	0,47	<0,001	Ya
3	Rating <i>vendor</i> tempat makan/minum	105	3,06	0,56	<0,001	Ya

Pada Tabel 19. diperoleh hasil untuk semua variabel memiliki nilai rataan diatas 2,5 dan nilai  $\alpha$  yang signifikan terhadap 0,05. Hal ini berarti faktor pengaruh penggunaan pesanan makanan *online* baik. Pada tabel 20 akan disajikan hasil Uji *one sample T-test* test kepercayaan konsumen terhadap aplikasi dengan rataan dikurang 2,5.

Tabel 20. Uji *one sample T-test* kepercayaan konsumen terhadap aplikasi

No	Variabel	N	Rataan	Selisi Rataan	a	$\alpha \leq 0,05$ (Ya/Tidak)
1	Keamanan dalam pembayaran	105	3,4	0,9	<0,001	Ya
2	pesanan masih tersegel / tidak dibuka	105	3,4	0,9	<0,001	Ya
3	Harga Tagihan sama dengan aplikasi	105	3,29	0,79	<0,001	Ya
4	Privasi data konsumen terjaga	105	3,16	0,66	<0,001	Ya
5	Layanan pengaduan cepat tanggap	105	3,23	0,73	<0,001	Ya

Pada Tabel 20. diperoleh hasil untuk semua variabel memiliki nilai rataan jauh diatas 2,5 dan nilai  $\alpha$  yang signifikan terhadap 0,05. Hal ini berarti kepercayaan konsumen terhadap aplikasi baik. Pada tabel 21 akan disajikan hasil Uji *one sample T-test* dampak pemesanan makanan *online* dengan rataan dikurang 2,5.

Tabel 21. Uji *one sample T-test* dampak pemesanan makanan *online*

No	Variabel	N	Rataan	Selisi Rataan	a	$\alpha \leq 0,05$ (Ya/Tidak)
1	Pemesanan makanan <i>online</i> mengurangi perjalan keluar	105	3,40	0,90	<0,001	Ya
2	Waktu Perjalanan Dapat digunakan Kegiatan lain	105	3,53	1,03	<0,001	Ya
3	Pemesanan makanan <i>online</i> mengurangi pengeluaran	105	1,75	-0,75	<0,001	Ya

Pada Tabel 21 diperoleh hasil untuk variabel 2 dan 3 memiliki nilai rata-ran jauh di atas 2,5 dan nilai  $\alpha$  yang signifikan terhadap 0.05. Hal ini berarti dampak pemesanan makanan *online* baik. Pada tabel 22 akan disajikan hasil Uji *one sample T-test* perbandingan aplikasi *GoFood* dan *GrabFood*. dengan rata-ran dikurang 1.5.

Tabel 22. Uji *one sample T-test* perbandingan aplikasi *GoFood* dan *GrabFood*.

No	Variabel	N	Rataan	Selisi Rataan	a	$\alpha \leq 0,05$ (Ya/Tidak)
1	Aplikasi yang mudah di gunakan	105	1,64	0,14	0,002	Ya
2	Harga Pengiriman yang lebih murah	105	1,73	0,23	<0,001	Ya
3	Pemberian promo/ diskon lebih baik	105	1,83	0,33	<0,001	Ya
4	Harga yang mendekati harga toko	105	1,6	0,1	0,04	Ya
5	<i>Driver</i> Responsif dalam melayani konsumen	105	1,58	0,08	0,097	Tidak
6	Sikap <i>Driver</i> yang ramah	105	1,58	0,08	0,097	Tidak
7	Kecepatan dalam pengiriman	105	1,6	0,1	0,004	Ya
8	Keamanan dalam Transaksi	105	1,63	0,13	0,004	Ya
9	Keamanan dalam Transaksi	105	1,63	0,13	0,004	Ya
10	Banyak pilihan <i>vendor</i>	105	1,51	0,01	0,771	Tidak

Pada Tabel 22. diperoleh hasil uji *One Sample T Test* dimana nilai rata-ran variabel di atas 1,5, yang berarti pelayanan dan penggunaan aplikasi *GrabFood* lebih baik dari *GoFood*. Pada tabel 23 akan disajikan hasil Uji *one sample T-test* perbandingan aplikasi pesan antar makanan *online* dengan layanan pesan antar makanan restoran dengan rata-ran dikurang 1.5.

Tabel 23. Uji *one sample T-test* perbandingan aplikasi pesan antar makanan *online* dengan layanan pesan antar makanan restoran.

No	Variabel	N	Rataan	Selisi Rataan	a	$\alpha \leq 0,05$ (Ya/Tidak)
1	Pemesanan mudah di gunakan	105	1,16	-0,34	<0,001	Ya
2	Harga Pengiriman yang lebih murah	105	1,39	-0,11	0,024	Ya
3	<i>Driver</i> Responsif dalam melayani konsumen	105	1,18	-0,38	<0,001	Ya
4	Sikap <i>Driver</i> yang ramah	105	1,3	-0,2	<0,001	Ya
5	Kecepatan dalam pengiriman	105	1,29	-0,21	<0,001	Ya
6	Keamanan dalam Transaksi	105	1,39	-0,11	0,024	Ya
7	Cepat tanggap dalam pengaduan	105	1,40	-0,1	0,063	Tidak
8	Banyaknya Pilihan metode pembayaran	105	1,2	-0,3	<0,001	Ya

Pada Tabel 23 diperoleh hasil untuk semua variabel memiliki nilai rata-ran dibawah 1,5, yang berarti layanan pesan antar makanan *online* aplikasi lebih baik dari pesan antar makanan restoran.

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

##### Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Penggunaan layanan pemesanan makanan *online* banyak di gunakan pada saat siang dan malam, responden lebih memilih menggunakan waktu perjalanan keluar untuk melakukan aktifitas lainnya. Penggunaan layanan pemesanan *online* juga dipengaruhi beberapa aspek yaitu promosi atau diskon, cuaca dan *rating vendor* tempat makan.
2. Pelayanan pada pemesanan makanan *online* dinilai baik, dikarenakan nilai rata-rata yang baik di berikan responden pada variabel pelayanan pemesanan makanan *online* (pemesanan sesuai aplikasi, pesanan layak konsumsi, makanan/minuman sesuai gambar pada aplikasi, *driver* bertanggung jawab, ketepatan informasi lokasi pemesan, aplikasi memilih *driver* memilih jalur tercepat, *driver* merespon catatan dari pemesan, dan aplikasi menyediakan layanan bebas pulsa). Tingkat kepercayaan responden terhadap layanan pemesanan makanan *online* juga mendapatkan nilai yang baik, dalam hal keamanan dalam pembayaran, pesanan masih tersegel/ tidak terbuka, harga tagihan sama dengan aplikasi, privasi data konsumen terjaga, layanan pengaduan cepat tanggap.
3. Hasil perbandingan antara aplikasi *GoFood* dan *Grabfood* menunjukkan bahwa aplikasi *GrabFood* lebih unggul dalam semua aspek (lebih mudah digunakan, harga pengiriman yang lebih murah, pemberian promo atau diskon lebih baik, harga yang mendekati harga toko, *driver* responsif dalam melayani konsumen, sikap *driver* yang ramah, kecepatan dalam pengiriman, keamanan dalam transaksi, banyak pilihan *vendor*, dan banyak metode pembayaran). Responden lebih memilih layanan pesan makanan *online* (*Grabfood* dan *GoFood*) dibandingkan layanan pesan antar makanan dari restoran.

##### Saran pemanfaatan penelitian

Berdasarkan penelitian dan penarikan kesimpulan yang telah dilakukan dapat direkomendasikan saran terhadap pemanfaatan penelitian ini, yakni:

1. Fakta bahwa masyarakat banyak menggunakan layanan pesan antar makanan pada jam-jam sibuk lalu-lintas, menunjukkan bahwa layanan ini dapat mengurangi kepadatan lalu-lintas untuk perjalanan makan siang dan makan malam. Oleh sebab itu keandalan layanan pesan antar makanan ini harus di dorong oleh pemerintah (Layanan internet lebih handal dan terjangkau) dan pengusaha kuliner (layanan pesan antar yang lebih baik untuk di tingkatkan sehingga makin banyak digunakan masyarakat).
2. Dengan adanya layanan pesan makanan *online* masyarakat dapat membeli makanan atau minuman tanpa berpergian, tetapi dapat menimbulkan kepadatan lalu lintas pada suatu tempat. Atas dasar tersebut penulis menyarankan untuk tempat aktivitas menyediakan lahan untuk parkir sementara *driver*, atau masyarakat yang menggunakan aplikasi pesan makanan *online* agar dapat memesan satu pesanan melayani lebih dari satu orang.
3. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya yang mempunyai tema serupa dengan penelitian ini.

##### Saran terhadap penelitian selanjutnya

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan dapat direkomendasikan saran terhadap penelitian selanjutnya, yakni:

1. Penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung dan dilakukan di beberapa tempat aktivitas.
2. Pada penelitian selanjutnya cakupan usia responden agar diperluas agar dapat menangkap karakteristik penggunaan layanan pesan antar makanan *online* dari berbagai usia.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Jogiyanto. Sistem Informasi Keperilakuan. Yogyakarta. (2007).
- Joko, Subagyo. Metode Penelitian Dalam Teori Praktek. Jakarta. 1997.
- Nasution. Manajemen Transportasi, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1996.
- Sugiono. Metode Penelitian Kombinasi (*Mixed Methods*). Bandung: Alfabeta. 2013.
- Tamin, O, Z. Perencanaan dan Pemodelan Transportasi: teori, contoh soal dan aplikasi.. Bandung. Penerbit ITB, 2008.
- Warpani, Swardjoko. Merencanakan sistem perangkutan. Bandung. Penerbit ITB, 1990.

