

Pengaruh Layanan *Food Delivery* Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner (Studi Terhadap Pemilik Usaha Kuliner Yang Terdaftar Go-Food Di Kelurahan Jagir Kota Surabaya)

Muhammad Irham Hafiyyan¹, Mauren Gita Miranti², Mein Kharnolis³, Asrul Bahar⁴

¹S1 Pendidikan Tata Boga, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya

^{2,4}Dosen S1 Pendidikan Tata Boga, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya

³Dosen S1 Pendidikan Tata Busana, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya

E-mail: muhammad.17050394079@mhs.unesa.ac.id¹, maurenmiranti@unesa.ac.id², meinkharnolis@unesa.ac.id³, asrulbahar@unesa.ac.id⁴

Abstract. *This Research to determine the effect of Go food services on whether or not sales of food outlets in the Jagir Village increase or not. This study uses quantitative research methods with the type of field research (Field Research). The results of the study show that the existence of the Go Food application used by culinary business sellers has a positive influence on increasing sales. So with an increase in income turnover, it is not impossible that they will continue to use Go Food. The results of the calculation of the t test by looking at the significance number show the sig value. of 0.004 alpha 0.05. Then Ha is accepted and Ho is rejected, which means that there is a significant effect between Go-food services on increasing sales of culinary entrepreneurs in Jagir Village.*

Keywords: *Food Delivery Go-Food, increased sales, culinary business*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari layanan *Go food* terhadap meningkat atau tidaknya penjualan gerai makanan di Kelurahan Jagir. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian lapangan (*Field Research*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan adanya aplikasi *Go Food* yang digunakan oleh penjual usaha kuliner memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan penjualan. Sehingga dengan adanya kenaikan omzet pendapatan yang diperoleh bukan tidak mungkin mereka akan terus menggunakan *Go Food*. Hasil perhitungan uji t dengan melihat angka signifikansi menunjukkan nilai sig. sebesar 0,004 alpha 0,05. Maka Ha diterima dan H₀ ditolak yang berarti bahwa ada pengaruh yang signifikan antara layanan go-food terhadap peningkatan penjualan pengusaha kuliner di Kelurahan Jagir.

Kata kunci: Layanan *Go Food*, Peningkatan Penjualan dan Usaha Kuliner

PENDAHULUAN

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. Perkembangan teknologi semakin lama juga memengaruhi aktivitas kehidupan, seperti mendapatkan informasi secara mudah secara *online* dan salah satu aspek yang sangat berpengaruh adalah ekonomi, hal ini juga di sebut belanja *online* (*online shopping*) atau *E-commerce*. *E-commerce* adalah penyebaran, pembelian, pemasaran barang melalui sistem elektronik seperti internet atau televisi. *E-commerce* dapat melibatkan pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis dan sistem pengumpulan data otomatis (Fadillah, 2016). Belanja *online* memiliki ciri khusus dan sangatlah berbeda dengan belanja konvensional, belanja *online* memiliki sifat seperti ketidakpastian, ketidakamanan dan kurangnya pengawasan dari pihak yang terkait. Namun belanja *online* juga memberikan berbagai kemudahan bagi si penjual dan pembeli yang melakukan transaksi

walaupun tidak bertatap muka baik pihak penjual maupun pihak pembeli. Berkembang pesatnya cara belanja *online* di setiap kalangan masyarakat membuat banyak perusahaan yang memanfaatkannya untuk kemajuan perusahaan tersebut. Sebagai contoh adalah PT. *Gojek*.

Pada tahun 2010, *GO-JEK* hadir sebagai perusahaan transportasi roda dua melalui panggilan telepon. Saat ini *GO-JEK* tumbuh menjadi *on-demand mobile platform* dan didalam aplikasi *GO-JEK* menyediakan berbagai layanan lengkap mulai dari transportasi, logistik, pembayaran, layanan antar makanan, dan lain-lain. Setelah sukses dengan bisnis ojek *online* di Indonesia. *GO-JEK* mulai mengembangkan bisnisnya di bidang lain, dimana salah satunya adalah *Go-food*. *Go-food* merupakan sebuah layanan *food delivery* seperti *delivery order* di sebuah restoran. Dengan menggunakan *smartphone* dan membuka fitur *Go-food* didalam aplikasi *GO-JEK*, konsumen bisa memesan makanan dari usaha kuliner yang bekerja sama dengan *GO-JEK*. Makanan yang dipesan akan di pesankan dan diantar langsung oleh *GO-JEK*. Untuk pengusaha kuliner yang memiliki dana terbatas untuk mengembangkan layanan *delivery order*, *Go-food* bisa menjadi solusi alternatif yang membantu pengusaha kuliner. Pengusaha kuliner dapat memiliki layanan *delivery order* tanpa menambah SDM. Keuntungan dari layanan ini bisa dirasakan langsung oleh pengusaha kuliner karena mereka tidak harus menyediakan *budget* besar untuk mengembangkan layanan *delivery order*, dan layanan *go-food* bisa menjadi alternatif yang sangat membantu, mempermudah, dan menguntungkan (Widyayanti dkk, 2021). Maka dari itu, layanan ini sangat memudahkan para konsumen agar dapat memesan makanan asal warung yang telah dipilih (Prasetianto dkk, 2021). Dengan adanya fitur *Go-Food* dari aplikasi *gojek* sangat menguntungkan bagi pembeli dan penjual. Selain bisa menguntungkan secara *financial*, penjual pun bisa mendapatkan keuntungan lainnya.

Layanan ini diselenggarakan sebagai sesuatu kegiatan promosi yang mana diketahui sebagai kegiatan menginformasikan tentang suatu produk yang disajikan oleh distributor ataupun produsen tertentu, dalam hal ini adalah penyaji kuliner. Kegiatan yang dilakukan oleh *Go-Food* adalah memberikan informasi serta pengenalan terhadap produk kuliner. Hal tersebut merupakan pencapaian sasaran dalam penggunaan *public relations*. *Public relations* ini digunakan dalam perencanaan marketing untuk mencapai sasaran yaitu membantu perusahaan dan nama produknya agar lebih dikenal serta membantu mengenalkan produk baru atau peningkatan produk (Mahmud,2023).

Usaha kuliner adalah usaha yang melakukan transaksi penjualan di bidang makanan dan minuman (Wongso, 2015). Makanan adalah salah satu kebutuhan pokok manusia. Makanan yang dikonsumsi manusia dianjurkan mengandung gizi yang sesuai dengan kebutuhan tubuh. Indonesia yang terkenal dengan keanekaragaman budayanya, juga memiliki keanekaragaman dalam makanannya. Setiap suku di Indonesia mempunyai masakan khas yang berbeda dengan cita rasa yang berbeda pula. Jika diolah secara profesional menjadi makanan khas dan sajian kuliner yang lezat, kuliner Indonesia dapat

meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat dan menjadi identitas bangsa. Kuliner menjadi sangat penting sebagai budaya bangsa. Indonesia memiliki banyak keanekaragaman makanan yang berbeda antar daerah, harus dijaga agar tidak diklaim oleh negara lain. Seperti halnya tarian, kuliner adalah bagian dari identitas budaya Indonesia (Bangsawan, 2018).

Bagi pengusaha kuliner, terutama Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang memiliki *budget* terbatas untuk mengembangkan layanan *delivery order*, *Go-Food* bisa menjadi salah satu alternatif yang sangat membantu. Pengusaha UMKM bisa memiliki layanan *delivery order* tanpa harus menyiapkan armada. Dengan begitu, pengusaha tidak perlu mencari atau menggaji sumber daya manusia (SDM) untuk *delivery*. Lebih ekstrim lagi, pengusaha tidak perlu memiliki *store* atau toko untuk berjualan *Go-Food* juga memungkinkan pangsa pasar semakin meluas. Data *GoFood* pada tahun 2018 menyebutkan, *merchant* Surabaya berada di peringkat kedua terbanyak di Indonesia dengan jumlah mencapai 767 ribu transaksi (Perdana, 2018).

Adapun salah satu daerah yang pelaku usaha kuliner memanfaatkan adanya *GoFood* yaitu Kelurahan Jagir. Kelurahan Jagir merupakan daerah yang berbatasan langsung dengan Kelurahan Ngagel Rejo di sebelah utara, Kelurahan Panjang Jiwo di sebelah timur, Kelurahan Margorejo di sebelah selatan dan Kelurahan Wonokromo di sebelah barat.. Kelurahan Jagir merupakan salah satu kelurahan di Kota Surabaya yang mempunyai luas sekitar 101,175 Ha. Di Kelurahan Jagir sangat menjamur saat ini usaha kuliner yang sudah menggunakan layanan aplikasi *Go Food*. Kecenderungan masyarakat kota yang memiliki mobilitas tinggi, keterbatasan waktu, dan kebutuhan yang tinggi akan makanan kini mampu teratasi dengan adanya *GoFood*. Kesempatan ini dipergunakan oleh para pemilik usaha kuliner dalam menarik konsumen yang sebagian besar adalah karyawan swasta di sekitar Kelurahan Jagir. Standar pelayanan yang tinggi dan ketepatan dalam layanan pengiriman selalu dijunjung untuk memuaskan para konsumen. Hal ini dilakukan oleh Gojek melalui layanan *GoFood*nya sebagai bagian dari perangsang pertumbuhan konsumen. Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti seberapa “Pengaruh Layanan *Food Delivery (GO-FOOD)* Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner (Studi Pada Pemilik Usaha Kuliner Yang Terdaftar *Go-Food* di Kelurahan Jagir Kota Surabaya)”.

METODE

Jenis Penelitian yang akan digunakan ialah penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian lapangan (*Field Research*), yaitu suatu penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan mengangkat data yang ada dilapangan (Suliyanto, 2006). Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah 31 pemilik usaha kuliner yang bergabung di aplikasi *Go-Food*. Sampel yang akan peneliti ambil adalah 31 pengusaha kuliner yang terdaftar di *GoFood* Kelurahan Jagir Kota Surabaya.

Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan cara peneliti membagikan kuesioner kepada responden. Kuesioner penelitian ini berjenis kuesioner tertutup, yang mana jawaban kuesioner telah disediakan dan responden tinggal memilih jawaban yang disediakan (Narbuko Cholid dan Abu,2001). Kuesioner yang peneliti gunakan adalah angket tertutup yang disajikan pada lampiran kuesioner tersebut berisikan pernyataan tertulis di mana jawaban telah disediakan sehingga responden hanya memberi tanda centang (✓). Dalam penyebaran kuesioner, peneliti akan menyebarkan sendiri secara langsung ke responden kepada pemilik usaha kuliner yang ada di Kelurahan Jagir Kota Surabaya. Data selanjutnya diolah dengan menggunakan software SPSS berupa analisa deskriptif, uji pra-syarat, uji regresi linear sederhana, uji koefisien determinasi dan uji t.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Uji Pra Syarat

Uji Normalitas pengujian ini untuk menguji model regresi dari variabel dependen dan independen apakah sesudah terdistribusi secara normal. Model regresi bisa dikatakan baik jika model terdistribusi normal atau mendekati normal. Pengujian normalitas menggunakan Kolmogorov Smirnov Test (K-S) yang dihitung menggunakan SPSS 27.0. Data dikatakan berdistribusi normal jika nilai probabilitas > 0,05. Berikut uji normalitas yang di dapat menggunakan bantuan SPSS :

Tabel .1 Hasil Uji Normalitas

N		Unstandardized Residual
		31
Normal Parameter	Mean	.0000000
	Std. deviation	1.57116792
Most Extreme Differences	Absolute	.105
	Positive	.098
	Negative	-.105
Kolmogorov-Smirnov Test		.105
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

- a. The distribution is normal

Berdasarkan uji output (K-S) pada tabel dapat diketahui bahwa (K-S) 0.105 > 0,5 serta nilai sig lebih besar berasal 0.05 yang berarti 0.05 < 0.105, jadi terbukti bahwa layanan *go-food* dan peningkatan penjualan data residual berdistribusi normal.

Hasil uji pra syarat selanjutnya menggunakan uji uji homogenitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji statistik *inferensial test of homogeneity of variances* dengan menggunakan program SPSS 27 for Windows dengan kriteria jika nilai signifikansi $p > 0,05$ maka data dinyatakan variansi populasi adalah sama (homogen), namun jika nilai signifikansi $p < 0,05$ maka data dinyatakan variansi populasi adalah tidak sama (tidak homogen).

Tabel .2 Hasil Uji Homogenitas
Tests of Homogeneity of Variances

		Levene Statistic	df 1	df 2	Sig.
Peninngkatan Penjualan	Based on Mean	1.201	5	24	.339

Berdasarkan hasil output uji homogenitas varians dengan menggunakan uji *Levene* Tabel 4.2 menunjukkan bahwa hasil uji homogenitas variansi populasi diperoleh nilai $p = 0,339$ di mana $p > , = 0,05$. Hasil uji homogenitas variansi populasi tersebut, dinyatakan bahwa variansi populasi adalah sama (homogen).

B. Hasil Uji t

Uji t bertujuan untuk melihat secara parsial apakah ada pengaruh signifikan dari variabel bebas yaitu *gofood* terhadap variabel terikat peningkatan penjualan apakah ada pengaruh signifikan dari variabel bebas yaitu *gofood* terhadap variabel terikat peningkatan penjualan.

Tabel .3 Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	10.997	4.406		2.495	0.19
Layanan <i>Gofood</i>	.537	.170	.506	3.155	.004

a. Dependent Variable : Peningkatan Penjualan

Berdasarkan pada Tabel diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut : 1) Hasil uji t dengan melihat nilai t_{hitung} menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $3,155 > t_{tabel}$ 2,045. Maka menunjukkan bahwa layanan *food delivery* berpengaruh terhadap peningkatan penjualan. 2) Dengan menggunakan angka signifikansi (tingkat signifikansi 95%) melihat angka signifikansi menunjukkan nilai sig. sebesar $0,004 < 0,05$ maka menunjukkan bahwa layanan *food delivery* berpengaruh terhadap peningkatan penjualan.

C. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinan adalah koefisien korelasi untuk menentukan besarnya pengaruh variasi (naik/turunnya) nilai variabel bebas terhadap variasi nilai variabel terikat pada hubungan lebu dari dua variabel. Koefisien korelasi sederhana adalah koefisien korelasi untuk mengukur keeratan hubungan antara kedua variabel.

Tabel .4 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of the Estimate
1	.506 ^a	.256	.230	1.59803

Tabel diatas menjelaskan besarnya nilai korelasi/hubungan (R) yaitu sebesar 0,506. Dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (*R square*) sebesar 0,256, yang mengandung arti bahwa pengaruh variabel bebas (Layanan *Go-food*) terhadap variabel terikat (peningkatan penjualan) adalah sebesar 25,6%.

D. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Persamaan regresi sederhana merupakan model hubungan antara variabel tidak bebas (Y) dan variabel bebas (X)(Kurniawan,2014). Diketahui sesuai dengan tabel 4.3 nilai *constant* (a) sebesar 10,997 , sedangkan nilai layanan *go-food delivery* (b/koefisien regresi) sebesar 0,537. Koefisien regresi X sebesar 0,537 menyatakan bahwa koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif. Hal ini berarti bahwa semakin banyak layanan *food delivery* atau tingkat order *delivery* yang masuk maka akan meningkatkan tingkat penjualan sebesar 0,537. Nilai signifikan t_{hitung} untuk variabel layanan *food delivery* yaitu sebesar 3,155 dan nilai signifikan sebesar 0,004, batas signifikansi model regresi menggunakan angka $0,05 (\alpha = 5\%)$. Nilai t tabel sebesar 2,045. Hal ini berarti $3,155 > 2,045$ dan $0,004 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka layanan *food delivery* berpengaruh terhadap peningkatan penjualan kuliner.

Berdasarkan hasil perhitungan data, hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan *food delivery* berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan pengusaha kuliner yang terdaftar di *Go-Food* Kelurahan Jagir. Tabel diatas menjelaskan besarnya nilai korelasi / hubungan (R) yaitu sebesar 0,506. Dari *output* tersebut diperoleh koefisien determinasi (*R square*) sebesar 0,256, yang mengandung arti bahwa pengaruh variabel bebas (Layanan *Go-food*) terhadap variabel terikat (peningkatan penjualan) adalah sebesar 25,6% sedangkan sisanya 74,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Prasetianto (2021) Dari penelitian *output* diperoleh koefisien determinasi (*R square*) sebesar 0,135, yang berarti bahwa pengaruh variabel bebas (layanan *go-food*) terhadap variabel terikat (peningkatan penjualan) adalah sebesar 13,5%.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut bahwa layanan *go-food* memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan penjualan (omzet) untuk para pengusaha kuliner yang terdaftar di *Gojek* sehingga bermitra dengan *Go-Food* akan berdampak pada peningkatan penjualan, sebab promosi produk yang dilakukan menyebabkan pangsa pasar semakin luas. Dari kondisi di lapangan responden usaha kuliner Kelurahan Jagir merasa memakai *Go Food* memudahkan untuk pemasaran produk karena tidak perlu modal besar apabila pertama kali membuka suatu usaha kuliner. Pendapatan penjualan yang meningkat ini dirasakan oleh para penjual tak terkecuali oleh salah satu responden yaitu pemilik usaha kuliner "Masakan Padang Surya Angkasa 2". Pemilik yang dulunya hanya mendapatkan penghasilan rata-rata 1 juta per hari dengan mendaftarkan *gofood* sejak 2019 pendapatannya langsung melonjak di 1,5-3 juta sehari. Hal ini karena di *Go Food* masyarakat akan membeli lebih banyak karena terdapat diskon yang juga diikuti oleh penjual sehingga membuat pelanggan/konsumen semakin tertarik.

Selain itu pemilik rumah makan padang ini memiliki sarana untuk di promosikan makanannya secara luas. Sama halnya dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian penelitian Viki Husna (2022) yang berjudul "Pengaruh Layanan *Food Delivery (GO-FOOD)* Terhadap Penjualan Usaha Kuliner Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah (Studi kasus di Kecamatan Payung Sekaki Kota Pekanbaru)". Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yaitu berdasarkan hasil Uji Beda (Uji T) $t_{hitung} 4,645 > t_{tabel} 0,374$ dapat disimpulkan bahwa variabel layanan *food delivery* (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel peningkatan penjualan (Y). Dilihat dari tingkat signifikansi hitung $0.000 < 0.05$ berarti uji antara variabel telah signifikan. Berdasarkan hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa dampak positif layanan *go-food* terhadap omzet bisnis kuliner yang terdaftar di *GOJEK/Go-Food* Pekanbaru menunjukkan bahwa bermitra dengan *Go-Food* akan berdampak pada peningkatan penjualan secara signifikan.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa pengaruh penggunaan *Go Food* terhadap peningkatan usaha kuliner di Kelurahan Jagir Berdasarkan sampel dalam hal ini responden yang berhasil diwawancarai oleh peneliti mengakui bahwa pendapatan usaha yang mereka terima setelah bergabung menjadi partner *Gofood*. Hasil pengujian mendapatkan variabel layanan *Go-food* mendapatkan t hitung = 3,155 dan signifikansinya 0,004. Batas signifikansi yang digunakan adalah 0,05, sehingga nilai signifikansi tersebut menunjukkan jika lebih kecil dibandingkan 5%. Hasil ini menunjukkan jika layanan *go-food* berpengaruh secara simultan terhadap peningkatan penjualan.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka sara yang penulis ajukan adalah penelitian selanjutnya agar lebih mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi peningkatan penjualan. Penelitian selanjutnya juga dapat menambah objek penelitian. Peneliti juga dapat memperluas jangkauan penelitian tidak hanya di Kelurahan Jagir saja. Diharapkan agar dapat menambah variabel selain yang telah dibahas dan obyek penelitian ini diharapkan dapat diperluas dan tidak terbatas.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (1995) *Dasar-Dasar Research*. Bandung: Tarsoto.
- Ayodya, W. (2016) *Business Plan Usaha Kuliner Skala UMKM*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Bangsawan, I.P.R. (2018) *Direktori Kuliner Kabupaten Banyuasin Sumatera Selatan*. Banyuasin: Dispora Kabupaten Banyuasin.
- Deitiana, T. (2011) 'Pengaruh Rasio Keuangan, Pertumbuhan Penjualan Dan Dividen Terhadap Harga Saham', *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 13, p. 57.
- Dharmmesta, Basu Swastha dan Handoko, T.H. (2018) *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA.
- Setiawan, T. (2018) 'Strategi Pemasaran Online UMKM Makanan (Studi Kasus di Kecamatan Cibinong).', *Manajemen IKM*, pp. 116–126.
- Setyaningsih, R. (2018) 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemanfaatan Gofood (Studi Kasus Pada Mahasiswa UII, 2018)'.
- Shiddiqi, M.H.A. (2021) *Dampak Go Food Terhadap Peningkatan Penjualan Bisnis Kuliner (Studi Kasus Usaha Bisnis Kuliner Dikawasan Medan Area)*, *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*.
- Siregar, D. (2020) 'technopreneurship: strategi dan inovasi', *yayasan kita menulis*, p. 19.
- Siyoto, Sa. (2015a) *Dasar metodologi penelitian*. Literasi Media Publish.
- Siyoto, Sa. (2015b) *Dasar metodologi penelitian*. Literasi Media Publish.
- Sugiyono (2012) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2014) *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2017) *Teknik Pengumpulan Data*.
- Suliyanto (2006) *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Sunyoto (2013) *Metodologi Penelitian Akuntansi*.
- Taufik, Masjono, A. (2020) 'Peranan Platform Food Delivery Service dalam Mendukung Marketing Mix UKM di Masa New Normal', *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, pp. 121–129.
- Teguh, M. (2005) *Metode Penelitian Ekonomi*. Jakarta: PT Grafindo Persada.
- Tumpuan, A. (2020) 'Peranan Aplikasi Go Food Terhadap Perkembangan Bisnis Kuliner', *JUPAR: Jurnal Pariwisata*, pp. 26--30.
- Utami, N.W. (2020) '4 Cara Meningkatkan Penjualan Dalam Sebuah Bisnis', *Jurnal Entrepreneur* [Preprint].
- Widiyono, S.S. dan (2013) *Metodologi Penelitian Sosial untuk Penelitian Skripsi dan Tesis*. Jakarta: In Media.
- Widayanti, E. R., & Insiatiningsih, I. (2021) 'Pengaruh Strategi Pemasaran Online Dengan Aplikasi Gojek Fitur Gofood Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Kuliner Di Yogyakarta.', *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*, pp. 80–95. Available at: <https://food.detik.com/berita-boga/d-6130873/riset-tren-layanan-pesan-antar-makanan-meningkat-gofood-jadi-nomor-1> .

Wongso, F. (2015) 'Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis. Java', *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 12(1), pp. 46–60.