

## ANALISIS LAYANAN *GO-FOOD* DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA UMKM KULINER DI YOGYAKARTA

Singgih Prasetianto, Mahdanito F. B., Dimas Martha Kusuma, Agus Dwi Cahya

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa  
Corresponding author: [singgih.prasetianto@gmail.com](mailto:singgih.prasetianto@gmail.com)

---

### Artikel Info

#### Article history:

Received 08 June 2021

Revised 18 August 2021

Accepted 30 August 2021

Available online 31 August 2021

---

**Keyword:** SMEs, GoFood, sales increase

---

### Abstract

*This study aims to identify and analyze natural go-food services to increase culinary sales carried out by GO-JEK in Yogyakarta. This study uses a quantitative approach with a sampling technique using probability sampling. The sample in this study is culinary in Yogyakarta which is done with go-food services. Testing of data instruments in this study uses validity, reliability, and classical assumption tests, while data processing uses simple linear regression. The results showed that the go-food service had a significant and significant effect on increasing culinary sales in Yogyakarta.*

---

## PENDAHULUAN

Pada era globalisasi yang berkembang pesat saat ini, perkembangan teknologi informasi juga berkembang dengan pesat. Seiring berjalannya waktu, peran teknologi menjadi sangat penting karena membantu dan mempermudah manusia dalam melakukan berbagai aktivitas kehidupan. Pada teknologi yang berkembang ada yang namanya internet, dimana melalui internet orang dapat memperoleh dan menyampaikan informasi yang dibutuhkan. Internet juga bisa menjadi sarana mencari informasi dan komunikasi. Selain itu, internet juga memberikan peluang untuk menjalankan bisnis.

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. 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. Dengan berkembangnya teknologi, saat ini banyak usaha kuliner yang menggunakan proses penjualan secara *online*. Dengan adanya proses ini, kinerja penjualan usaha kuliner meningkat. Saat ini proses ini terus dikembangkan. Namun tidak semua usaha menggunakan proses ini, ada yang menggunakan metode *drive-thru*. Tetapi *drive-thru* selain meningkatkan penjualan juga memerlukan biaya tambahan dan harus menambah sumber daya manusia dalam prosesnya. Banyak orang yang memilih memesan *online* karena prosesnya mudah dan mereka hanya perlu menggunakan internet dan *smartphone* untuk melakukan pesanan.

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*.

Indonesia merupakan negara yang memiliki berbagai produk kuliner. Dengan keanekaragaman kuliner yang ada di Indonesia, tidak semua masyarakat Indonesia mengetahui dan mengenal berbagai kuliner yang ada di Indonesia. Melihat peluang tersebut GO-JEK berharap *Go-food* mampu mengenalkan serta menginformasikan masyarakat tentang keberagaman kuliner di Indonesia. *Go-food* berusaha mempromosikan kekayaan kuliner khas Indonesia. *Go-food* dari GO-JEK membsantu promosi dan penjualan makan dari usaha kuliner. Layanan ini tidak hanya jasa antar jual beli makanan, tetapi juga membantu mempromosikan usaha kuliner milik masyarakat.

*Go-food* merupakan sebuah layanan *food delivery* seperti *delivery order* di sebuah kuliner. 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 & Insiatiningsih, 2021).

Dengan layanan *go-food* dari aplikasi GO-JEK pengguna aplikasi dapat memesan menu apapun dan kapanpun dari berbagai pilihan restoran. Pelaku usaha kuliner yang tidak memiliki layanan *delivery order* dapat memperluas pasar dan bersaing dengan restoran waralaba dalam menjual dagangannya. Selain itu, kehadiran *go-food* mampu memberikan kesempatan bagi para pengusaha kuliner kecil dan menengah untuk mengembangkan usahanya.

Beberapa penelitian terdahulu terkait dengan transportasi *online* dalam meningkatkan penjualan pada kuliner telah dilakukan. Penelitian pertama oleh Iriani & Endang Rostiana (2018) yang berjudul Analisis Dampak Layanan *go-food* Terhadap Omzet Penjualan Kuliner di Kota Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak layanan *go-food* terhadap jumlah pelanggan, nilai omzet, dan biaya operasional kuliner dikota bandung sebelum dan sesudah bergabung dengan layanan *go-food*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian *kualitatif deskriptif* dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, dokumentasi, dan studi kepustakaan, serta teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa rata-rata usaha kuliner mengalami peningkatan yang signifikan *positif* terhadap jumlah pelanggan, omzet penjualan, dan biaya operasional setelah bergabung dengan layanan *go-food*.

Penelitian kedua, Syarif Hidayatullah et al. (2018) yang berjudul Eksistensi Transportasi *online (go-food)* terhadap Omzet Bisnis Kuliner di kota Malang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah transportasi *online* dan pendapatan berpengaruh terhadap omzet bisnis kuliner di kota Malang, faktor eksistensi transportasi *online* dan pendapatan berpengaruh dominan terhadap omzet bisnis kuliner di Kota Malang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian *kuantitatif* karena data yang diperoleh berupa angka berasal dari kuisioner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa eksistensi transportasi *online* berpengaruh *signifikan* dalam meningkatkan omzet bisnis kuliner di kota Malang dan eksistensi transportasi *online* juga merupakan variabel dominan terhadap peningkatan omzet bisnis kuliner di kota Malang.

Penelitian ketiga, Hasan (2019) yang berjudul Analisis Eksistensi Layanan *Go-Food* Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Kuliner Di Banjarmasin. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis eksistensi layanan *go-food* dalam meningkatkan penjualan pada kuliner di kota Banjarmasin dan dampak ekonomi dan sosial yang dirasakan para pebisnis rumah setelah bekerjasama dengan *go-food*. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian *deskriptif kualitatif* dengan teknik pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini bahwa sesudah bekerjasama dengan transportasi *online (Go-food)* para pebisnis kuliner di Banjarmasin memperoleh dampak *positif* yang berpengaruh pada sosial dan ekonomi seperti adanya penambahan karyawan dan peningkatan pendapatan pertahunnya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis layanan *go-food* dalam meningkatkan penjualan kuliner yang bermitra dengan GO-JEK di Yogyakarta

## **METODE PENELITIAN**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan *kuantitatif*, karena penelitian ini disajikan dengan angka-angka. Menurut Sugiyono (2017) metode penelitian *kuantitatif* dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada *filsafat positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat *kuantitatif/statistik*, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Penelitian ini akan dilakukan di Yogyakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah Kuliner yang bermitra dengan layanan *go-food* di Yogyakarta. Di Yogyakarta kuliner yang bermitra *Gojek* kurang lebih 5.000 usaha. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *probability sampling* dengan metode *random sampling*, yaitu pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama untuk setiap elemen populasi, sampel diambil secara acak. Sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 40 responden.

### Pengujian instrumen

Dalam penelitian ini, untuk pengolahan data menggunakan SPSS 25. Berikut ini macam-macam pengujian intrumen yang dilakukan:

1. Uji *validitas*

Uji *validitas* merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan suatu alat ukur. Penghitungan instrumen didasarkan pada perbandingan *r-hitung* dan *r-tabel*. apabila *r-hitung* lebih besar dari *r-tabel* pada sigifikasi 5% maka data bisa dikatakan *valid*. Sebaliknya, apabila *r-hitung* lebih kecil dari *r-tabel* maka data tidak *valid*.

2. Uji *reliabilitas*

*Reliabilitas* merupakan suatu indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Dikatakan reliabel apabila memiliki *crobach alpha* > 0,60

3. Uji *normalitas*

Uji *normalitas* adalah salah satu uji asumsi klasik berfungsi untuk melihat apakah nilai *residual* terdistribusi normal atau tidak. Model *regresi* yang baik adalah yang memiliki nilai *residual* yang terdistribusi dengan normal. Uji *normalitas* dalam penelitian ini menggunakan uji *kolomogorov smirnov* untuk mengetahui data dalam penelitian ini data yang berdistribusi normal

4. Uji *Heteroskedastisitas*

Uji *heteroskedastisitas* adalah uji asumsi klasik untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari nilai *residual* untuk semua pengamatan pada model *regresi*. Model *regresi* yang baik adalah yang terdapat kesamaan varians dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap (*homoskedastisitas*) atau tidak terjadi *heteroskedastisitas*. *Heteroskedastisitas* merupakan salah satu faktor penyebab model *regresi linier* tidak efisien dan akurat. Uji *heteroskedastisitas* pada penelitian ini menggunakan uji *glejser*.

5. Uji *Autokorelasi*

Uji *autokorelasi* juga merupakan salah satu uji asumsi klasik. Uji *autokorelasi* berfungsi untuk menguji apakah adanya korelasi antara *residual* obsevasi/responden ke-i dengan *residual*/responden ke-j. Uji *autokorelasi* dalam penelitian ini menggunakan *durbinwatson/run test*

### Pengujian hipotesis

Di dalam penelitian data merupakan penggambaran variabel dan berfungsi sebagai alat pembuktian hipotesis. Sesuai dengan tujuan penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah

1. *Regresi linier sederhana*

*Analisis regresi* merupakan teknik untuk membangun persamaan dan menggunakan persamaan tersebut untuk membuat perkiraan. Persamaan umum dari *regresi linier sederhana* adalah:

$$Y = a + b.X + e$$

Keterangan:

Y = nilai Variable dependen (Variabel terikat/variabel yang dipengaruhi)

- a = konstanta, nilai Y jika X = 0
- b = koefisien regresi
- X = nilai variabel independent (variabel bebas/ variabel yang mempengaruhi variabel lain)
- e = standar error

## 2. Uji t

Penelitian ini menggunakan *uji t* untuk menguji hipotesis. *Uji t* adalah suatu pengujian untuk mengetahui apakah koefisien regresi signifikan atau tidak. Untuk menguji signifikansi atau tidaknya pengaruh layanan *go-food* terhadap peningkatan penjualan maka digunakan *uji-t* dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

- Hipotesis diterima, apabila  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  (terdapat pengaruh signifikan)

Data hasil uji t bersumber pada output tabel *one-sample test*, kemudian pengujian dilakukan dengan membandingkan antara *t-hitung* dan *t-tabel*. *T-tabel* dapat dilihat dalam tabel *statistic*, pada tingkat signifikansi 0,05 dengan *df* 1.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Instrumen Penelitian

#### 1. Uji Validitas

*Validitas* digunakan untuk menguji kelayakan pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Uji yang dimaksud untuk mengukur tingkat kevalidan suatu alat pengukur yang digunakan untuk mengukur apa yang diinginkan.

Setiap indikator dinyatakan valid apabila nilai *r-hitung* lebih besar atau sama dengan *r-tabel*. *R-tabel* menggunakan rumus  $df=N-2$  pada signifikansi 0,05, dengan hasil 0.3120

##### a. layanan *go-food* (X)

hasil *uji validitas* variabel X layanan *go-food* yang terdiri dari 6 pertanyaan dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 1 Hasil Uji Validitas Variabel Layanan Go-Food

Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
P1	0,687	0.3120	Valid
P2	0,506	0.3120	Valid
P3	0,531	0.3120	Valid
P4	0,678	0.3120	Valid
P5	0,711	0.3120	Valid
P6	0,673	0.3120	Valid

Sumber: data yang diolah 2021

Berdasarkan data yang ada maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan untuk variabel layanan *go-food* berstatus *valid* dengan hasil *r-hitung* > *r-tabel*

##### b. peningkatan penjualan (Y)

hasil uji validitas variabel Y peningkatan penjualan yang terdiri dari 6 pertanyaan dapat dilihat dibawah ini:

**Tabel 2 Hasil Uji Validitas Variabel Peningkatan Penjualan**

Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
P1	0,730	0.3120	Valid
P2	0,643	0.3120	Valid
P3	0,530	0.3120	Valid
P4	0,472	0.3120	Valid
P5	0,512	0.3120	Valid
P6	0,738	0.3120	Valid

Sumber: data yang diolah 2021

Berdasarkan data yang ada maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan untuk variabel peningkatan penjualan berstatus valid dengan hasil  $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ .

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya dan diandalkan. Suatu konstruksi dinyatakan reliabel jika memiliki *Cronbach alpha*  $> 0,60$ . Hasil uji reliabilitas terhadap kuisioner pada variabel penelitian sebagai berikut:

**Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel**

Variabel	Cronbach's <i>alpha</i>	Standar <i>reabilitas</i>	Keterangan
Layanan go-food	0,679	0,6	Reliabel
Peningkatan penjualan	0,690	0,6	Reliabel

Sumber: data yang diolah 2021

Berdasarkan data diatas, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel layanan go-food dan peningkatan penjualan mempunyai nilai *Cronbach alpha*  $> 0,6$ . Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini berstatus reliabel sehingga jawaban responden dapat digunakan untuk penelitian.

## 3. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki data yang terdistribusi dengan normal. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji kolomogrov smirnov untuk mengetahui apakah data dalam penelitian ini berdistribusi normal. Data yang terdistribusi normal adalah data yang memiliki nilai signifikan lebih besar dari 0,05 ( $sig. > 0,05$ )

Hasil uji normalitas untuk masing-masing variabel dalam penelitian ini ada dibawah ini:

**Tabel 4 Hasil Uji Normalitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
<i>N</i>		40
<i>Normal Parameters<sup>a,b</sup></i>	<i>Mean</i>	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>	.28337110
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	.113
	<i>Positive</i>	.102
	<i>Negative</i>	-.113
<i>Test Statistic</i>		.113
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		

Berdasarkan hasil *Kolmogorov smirnov test* pada *residual* yang telah dihitung menggunakan SPSS 25 dan diperoleh nilai signifikasi residual sebesar 0,200. Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa variabel penelitian menunjukkan nilai signifikasi lebih besar dari 0,05. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa semua variabel penelitian berdistribusi normal.

#### 4. Uji Heteroskedastisitas

Uji *heteroskedastisitas* digunakan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari nilai *residual* untuk semua pengamatan pada model *regresi*. Model *regresi* yang baik adalah yang tidak terjadi *heteroskedastisitas*. *Heteroskedastisitas* merupakan salah satu faktor penyebab model *regresi linier* tidak efisien dan akurat.

Uji *heteroskedastisitas* pada penelitian ini menggunakan uji *glejser*. Uji *glejser* dilakukan dengan cara meregresikan variabel *independent* dengan nilai *absolute residualnya*. Jika nilai *signifikasi* (Sig) antara variabel *independent* dengan *absolute residual* lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi masalah *heteroskedastisitas*.

Hasil *uji normalitas* untuk masing-masing variabel dalam penelitian ini ada dibawah ini:

**Tabel 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Variabel	Signifikasi	Standar Signifikasi	Keterangan
Layanan <i>go-food</i>	0,503	0,05	Tidak terjadi <i>heteroskedastisitas</i>

Sumber: data yang diolah 2021

Berdasarkan hasil uji *heteroskedastisitas* menggunakan metode *Glejser* diperoleh nilai signifikasi variabel layanan *go-food* sebesar 0,503. Hasil uji *heteroskedastisitas* menunjukkan bahwa variabel penelitian menunjukkan nilai

signifikansi lebih besar dari 0,05. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi *heteroskedastisitas*.

### 5. Uji Autokorelasi

*Uji autokorelasi* digunakan untuk menguji apakah dalam model *regresi linier* terdapat korelasi antara kesalahan pada periode  $t$  dengan kesalahan pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Pengujian *autokorelasi* pada penelitian ini menggunakan *Durbin-Watson* untuk mengetahui apakah terdapat *autokorelasi* atau tidak pada data yang digunakan. Data tidak terdapat *autokorelasi* apabila  $du < d < 4-du$ .

Hasil uji *autokorelasi* dalam penelitian ini ada dibawah ini:

**Tabel 6 Hasil Uji Autokorelasi**

<i>Model Summary<sup>b</sup></i>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.367 <sup>a</sup>	.135	.112	.28708	2.076

a. Predictors: (Constant), layanan go-food  
b. Dependent Variable: peningkatan penjualan

d	dl	du	4-dl	4-du
2,076	1,4421	1,5444	2,5579	2,4556

Berdasarkan hasil *uji autokorelasi* menggunakan *durbin-watson* diperoleh nilai  $d$  sebesar 2,076. Hasil *uji autokorelasi* menunjukkan bahwa nilai  $du < d < 4-du$  atau  $1,5444 < 2,076 < 2,4556$ . Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat *autokorelasi*.

### Regresi Linier Sederhana

Persamaan *regresi* sederhana merupakan model hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel tidak bebas (Y)

**Tabel 7 Hasil Uji Regresi Sederhana**

<i>Coefficients<sup>a</sup></i>						
Model		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.010	.541		3.716	.001
	LAYANAN GO-FOOD	.360	.148	.367	2.431	.020

a. Dependent Variable: PENINGKATAN PENJUALAN

Sumber: data yang diolah 2021

Diketahui nilai *constan* (a) sebesar 2,010. Sedangkan nilai layanan *go-food* (b/kofisien *regresi*) sebesar 0,360. Sehingga persamaan *regresinya* adalah:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 2.010 + 0,360X$$

Persamaan tersebut memiliki arti:

- Konstanta sebesar 2.010, yang berarti bahwa nilai konstanta variabel partisipasi adalah sebesar 2.010
- *Koefisien regresi X* sebesar 0,360 menyatakan bahwa *koefisien regresi* tersebut adalah *positif*, sehingga pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif. Hal ini berarti bahwa semakin banyak tingkat order layanan *go-food* yang masuk maka akan meningkatkan tingkat penjualan sebesar 0,360.

### 1. Uji t

Nilai signifikansi *t-hitung* untuk variabel layanan *go-food* sebesar 2,431 dan Nilai *t-tabel* sebesar 2,021. Hal ini berarti  $2,431 > 2,021$  dan nilai *sig*  $0.020 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa layanan *go-food* berpengaruh terhadap peningkatan penjualan kuliner.

### 2. Uji koefisien determinasi ( $R^2$ )

**Tabel. 8**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

<i>Model Summary</i>				
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.367 <sup>a</sup>	.135	.112	.28708

a. *Predictors: (Constant), LAYANAN GO-FOOD*

Sumber: data diolah 2021

Dari data diatas menunjukkan bahwa nilai *korelasi (R)* sebesar 0,367. Dari *output* tersebut 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 pengolahan data, hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan *go-food* memiliki hubungan *positif* terhadap peningkatan penjualan kuliner. Dan berdasarkan hasil *uji t* untuk variabel layanan *go-food* dengan diperoleh nilai *t-hitung*  $> t$  *tabel* ( $2,431 > 2,021$ ) dan nilai *sig*  $0.020 < 0,05$ . Sehingga Hipotesis yang menyatakan bahwa layanan *go-food* (X) berpengaruh dalam meningkatkan penjualan pada kuliner (Y) diterima.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Iriani & Endang Rostiana (2018) yang berjudul “Analisis Dampak Layanan *go-food* Terhadap Omzet Penjualan Kuliner di Kota Bandung.”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa rata-rata usaha kuliner mengalami peningkatan yang signifikan *positif* terhadap jumlah pelanggan, omzet penjualan, dan biaya operasional setelah bergabung dengan layanan *go-food*.

Pengaruh positif layanan *go-food* terhadap peningkatan penjualan pengusaha kuliner yang terdaftar di go-jek yogyakarta menunjukkan bahwa dengan bermitra pada *go-food* akan berdampak pada peningkatan penjualan karena promosi produk didalam aplikasi menyebabkan pangsa pasar semakin luas.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis layanan *go-food* dalam meningkatkan penjualan pada kuliner di Yogyakarta, dapat ditarik kesimpulan bahwa layanan *go-food* berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan kuliner di Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *t-hitung* > *t* tabel ( $2,431 > 2,024$ ) dan nilai *sig*  $0.020 < 0,05$ .

Hasil penelitian ini sesuai dengan asumsi peneliti yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh layanan *go-food* terhadap peningkatan penjualan kuliner di Yogyakarta.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi, N. B. (2020). *Eksistensi UMKM makana pada era jasa pengiriman makanan berbasis online (0GO FOOD/GRAB FOOD) di wilayah Tangerang selatan*. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/54284>
- Christopher Lovelock, J. W. (2012). *Services Marketing: People, Technology, Strategy -7/E*. Pearson.
- Hasan, M. (2019). *ANALISIS EKSISTENSI LAYANAN GO-FOOD DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA RUMAH MAKAN DI BANJARMASIN*. 13.
- 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.
- Iriani, T. Y., & Endang Rostiana, S. E. (2018). *Analisis Dampak Layanan Go-Food Terhadap Omzet Penjualan Rumah Makan Di Kota Bandung* [PhD Thesis]. Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas Bandung.
- M. Amdan Saputra, -. (2020). *Pengaruh Penjualan Online Melalui Merchant Go Food Patner Terhadap Peningkatan Omzet Pada Usaha Kuliner Di Jalan Garuda Sakti Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru* [Skripsi, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU]. <http://repository.uin-suska.ac.id/28256/>
- Nss, R. L. P., & Rahoyo, R. (2019). DAMPAK BISNIS KULINER MELALUI GO FOOD BAGI PERTUMBUHAN EKONOMI DI KOTA SEMARANG. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 20(2), 120–133. <https://doi.org/10.26623/jdsb.v20i2.1243>
- Nurul Almariah, E., Pangiuk, A., & Baining, M. E. (2019). *PENGARUH LAYANAN GO-FOOD, HARGA DAN JUMLAH ORDER TERHADAP OMZET BISNIS KULINER DI KOTA JAMBI* [Skripsi, UIN Sulthan Thaha Saifuddin]. <http://repository.uinjambi.ac.id/1348/>
- Rakhmawati, A. (2019). *ANALISIS PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI GO-FOOD TERHADAP PENDAPATAN RUMAH MAKAN*.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.

- Syarif Hidayatullah, Abdul Waris, Yeremia Permata, Theofilus Adrian, Ninis Sarwinda, Fitriani Lestari, & Anak Eka. (2018). Eksistensi Transportasi Online (Go Food ) Terhadap Omzet Bisnis Kuliner Di Kota Malang. *Seminar Nasional Sistem Informasi (SENASIF)*, 2(1). <https://jurnalfti.unmer.ac.id/index.php/senasif/article/view/162>
- 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*, 8(1), 80–95. <https://doi.org/10.32477/jrm.v8i1.249>