

# **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI, DAN HARGA TERHADAP MINAT MAHASISWA DALAM MENGGUNAKAN LAYANAN GO-FOOD (STUDI KASUS PADA MAHASISWA POLITEKNIK HARAPAN BERSAMA TEGAL)**

**Etika Indah Lestari<sup>1</sup>, Hetika<sup>2</sup>, Dewi Sulistyowati<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup> *Program Studi D-III Akuntansi Politeknik Harapan Bersama,*  
Korespondensi email: indahlestarietika@gmail.com

## **ABSTRAK**

*Go-Food Merupakan layanan pesan antar online diaplikasi Go-Jek. Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, promosi, dan harga terhadap minat Mahasiswa dalam menggunakan layanan Go-Food (Studi kasus pada Mahasiswa Politeknik Harapan Bersama Tegal). Teknik Pengumpulan data yang dilakukan adalah observasi, wawancara. Studi pustaka, dan kuesioner. Teknik analisis data adalah deskriptif kuantitatif dengan Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Multikolinearitas, Heteroskedastisitas, dan autokorelasi). Analisis Statistik Deskriptif, Regresi Linear Berganda, Uji Hipotesis (Uji t dan Uji F Simultan), dan Koefisien Determinasi. Hasil perhitungan dengan uji F diperoleh nilai sig sebesar  $0,000 < \text{nilai alpha } 0,05$  (tingkat signifikansi 95%). Hasil penelitian menunjukkan dalam uji t (parsial) bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara parsial terhadap minat Mahasiswa dalam menggunakan layanan Go-Food. Sedangkan promosi tidak berpengaruh terhadap Minat Mahasiswa dalam menggunakan layanan Go-Food.*

**Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Promosi, Harga, Minat Mahasiswa**

## ***The Effect of Service, Promotion, and Price on Student Interest in Using gofood Services (Case Study of Harapan Bersama Tegal Polytechnic Students)***

*Lestari, Etika Indah. 2021. The Effect of Service, Promotion, and Price on Student Interest in Using GoFood Services (Case Study of Harapan Bersama Tegal Polytechnic Students). Study Program: Accounting Associate Degree. Politeknik Harapan Bersama. Advisor: Hetika, S.Pd., M.Si., Ak., CAAT; Co-Advisor: Dewi Sulistyowati, SE., CAAT.*

*Go-Food is an online delivery service for the Go-Jek application. The purpose of this study was to determine the effect of service quality, promotion, and price on student interest in using Go-Food services (a case study on Harapan Bersama Tegal Polytechnic Students). The used data collection was observation, interviews. literature study, and questionnaires. The data was analyzed quantitatively with the Classical Assumption Test (Normality Test, Multicollinearity, Heteroscedasticity, and Autocorrelation). Descriptive Statistical Analysis, Multiple Linear Regression, Hypothesis Testing (T-test and F-Test), and Coefficient of Determination. The results of calculations with the F test obtained a sig value of  $0.000 < \text{alpha value of } 0.05$  (95% significance level). The results showed in the t-test*

*(partial) that service quality and price had a partial effect on student interest in using Go-Food services. Meanwhile, promotion has no effect on student interest in using Go-Food services.*

**Key words : Service Quality, Promotion, Price, Student Interest**

## **PENDAHULUAN**

Sektor bisnis yang sedang berkembang saat ini adalah sektor perdagangan. Perkembangan jumlah pelaku bisnis kuliner merupakan fenomena yang terjadi akibat adanya dukungan untuk kemudahan membuka bisnis kuliner. Bisnis kuliner menjadi pilihan banyak orang dengan alasan jenis bisnis yang lebih mudah dilakukan daripada bisnis lainnya. Selain itu, bisnis kuliner banyak diminati oleh masyarakat karena tidak memerlukan biaya modal yang terlalu besar dan tidak mengharuskan seseorang yang menjalankannya harus berpendidikan tinggi.

Saat ini merupakan era globalisasi, dimana segala sesuatu tentunya dituntut untuk serba instan dan perubahan tentunya semakin cepat. Globalisasi juga sudah tersebar di seluruh dunia. Tentunya hal ini menyebabkan daerah yang jauh akan terasa dekat dengan ke majuan teknologi akibat adanya Globalisasi. Menurut rudi (2021:1)<sup>[1]</sup> Globalisasi adalah suatu fenomena yang tidak dapat dibendung lagi. Globalisasi sendiri memiliki dampak yang sangat signifikan terhadap perkembangan zaman, tidak terkecuali Negara

Indonesia. Globalisasi sendiri memiliki dampak keuntungan, diantaranya adalah di dalam bidang teknologi informasi yang begitu cepat dalam kehidupan sehari-hari. Informasi yang dibutuhkan tentunya sangat mudah dicari dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi merupakan suatu teknologi yang digunakan untuk mengolah data dan dapat menghasilkan informasi yang berkualitas. Seiring berjalannya waktu tentunya perkembangan teknologi terus mengalami pertumbuhan. Melalui teknologi yang menggunakan jaringan internet dapat memudahkan kita bertransaksi dengan mudah dan cepat. Salah satu dampak adanya teknologi informasi dan komunikasi yang baik, bidang bisnis bisa merambah ke berbagai model usaha seperti misalnya adanya transportasi melalui media online. Penjual dan pembeli semakin mudah untuk berkomunikasi dan melakukan transaksi dengan adanya bantuan transaksi melalui teknologi informasi dan komunikasi di Indonesia. Perpaduan layanan internet dan platform aplikasi tersebut akan memudahkan perusahaan dalam

menjalankan bisnisnya dengan lebih cepat, mudah, efisien dan memungkinkan pemasar untuk berkomunikasi lebih cepat walau berada dijangkauan dan lokasi yang berbeda.

Pengguna layanan fitur Go-Food ketika tidak merasa puas maka tidak akan terciptanya penilaian yang baik dari pelanggan kepada driver tersebut dalam menggunakan jasa layanan pesan-antar tersebut. Berdasarkan pengalaman serta perbincangan dengan orang-orang yang merupakan pelanggan Go-Food, ada beberapa hal yang tentu saja mereka keluhkan dari layanan Go-Food di driver Go-Jek, dimana keluhan konsumen didominasi oleh

### **Metode Penelitian**

#### **Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*), dalam pengumpulan data atau informasi yang dibutuhkan dalam penelitian adalah melalui observasi, wawancara, studi pustaka dan kuesioner yaitu dengan peninjauan langsung pada objek penelitian guna mendapatkan data dan informasi yang akurat terkait dengan penyebaran kuesioner pada mahasiswa Politeknik Harapan Bersama Tegal.

#### **Waktu dan Tempat penelitian**

Penelitian dilaksanakan selama 5 bulan, terhitung dari

beberapa kritik yaitu: driver Go-Food di Go-Jek tidak menggunakan atribut lengkap dari PT. Aplikasi Karya Anak Bangsa, harga dan tarif yang dibebankan kepada pelanggan tidak sesuai, terkadang berubah-ubah tanpa sepengetahuan pelanggan, dan driver terkadang tidak memberikan kembalian jika terdapat selisih argo di aplikasi Go-Food itu sendiri.

Dari uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Pelayanan, Promosi, Dan Harga Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Layanan Gofood (Studi Kasus Pada Mahasiswa Politeknik Harapan Bersama Tegal).

tanggal 4 Maret 2021 sampai dengan 31 Juni 2021, dan tempat penelitian ini bertempat pada Kampus 1 Politeknik Harapan Bersama Tegal. Yang beralamat di Pesurungan Lor, Margadana kota Tegal.

#### **Target/Subjek Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada semua Mahasiswa yang menjadi mahasiswa Politeknik Harapan Bersama Tegal, Jumlah Populasi dalam penelitian ini adalah 4.214 Mahasiswa.

#### **Prosedur**

Prosedur yang dilakukan dalam penelitian ini adalah melalui observasi langsung, wawancara,

studi pustaka, dan kuesioner sehingga diketahui permasalahan yang ada dan solusi pemecahan masalah. Data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, studi pustaka, dan kuesioner diolah dengan teknik analisis deskriptif kuantitatif.

### **Data, Instrumen, dan Teknik Pengumpulan Data**

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif berupa data kuesioner.

### **Teknik Analisis Data**

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif untuk memberikan ulasan yang diperoleh Pendekatan penelitian deskriptif dalam penelitian ini hanya sebatas membuat deskripsi tentang fenomena di lapangan sedangkan pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Gambaran Umum Go-Food**

PT Go-Jek Indonesia atau Go-Jek adalah sebuah perusahaan teknologi yang melayani angkutan melalui jasa ojek berbasis aplikasi. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2010 oleh Nadiem Makarim.

Awalnya, perusahaan ini hanya memberikan layanan melalui telepon saja kemudian beralih menjadi berbasis aplikasi. Go-Jek telah beroperasi di 50 kota di Indonesia, seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, Bali, Makassar, Medan, Palembang, Semarang, Yogyakarta, Balikpapan, Malang, Solo, Manado, Samarinda, Batam, Sidoarjo, Gresik, Pekanbaru, Jambi, Sukabumi, Bandar Lampung, Padang, Pontianak, Banjarmasin, Mataram, Kediri, Probolinggo, Pekalongan, Karawang, Madiun, Purwokerto, Cirebon, Serang, Jember, Magelang, Tasikmalaya, Belitung, Banyuwangi, Salatiga, Garut, Bukittinggi, Pasuruan, Tegal, Sumedang, Banda Aceh, Mojokerto, Cilacap, Purwakarta, Pematang Siantar, dan Madura serta pengembangan di kota-kota lainnya pada tahun mendatang.

Aplikasi Go-Jek sendiri dikelola oleh sebuah perusahaan yang bernama PT Aplikasi Karya Anak Bangsa yang berlokasi di Jakarta Selatan. Aplikasi ini merupakan aplikasi perangkat lunak yang berfungsi sebagai sarana untuk menemukan layanan yang dibutuhkan pengguna. Aplikasi GoJek mewajibkan pengguna untuk mengaktifkan GPS atau *Global Position System* untuk mendeteksi lokasi pengguna dan mengirimkan lokasi pengguna kepada penyedia layanan atau pengemudi. Penyedia

layanan memiliki kebijakan sendiri dan menyeluruh untuk menerima atau menolak setiap permintaan penggunaan berdasarkan layanan yang diminta. Jika penyedia layanan menerima permintaan pengguna, aplikasi akan memberitahu dan memberikan informasi mengenai penyedia layanan atau biasa disebut dengan mitra, termasuk nama penyedia layanan, nomor polisi kendaraannya, dan penilaian pelayanan pelanggan dan kemampuan untuk menghubungi penyedia layanan melalui telepon atau pesan singkat. Aplikasi ini juga memungkinkan pengguna untuk melihat update lokasi penyedia layanan menuju titik penjemputan, secara langsung atau real time. Kegiatan Go-Jek bertumpu pada 3 nilai pokok, yaitu:

1. Kecepatan, yaitu melayani dengan cepat dan terus belajar dan berkembang dari pengalaman,
2. Inovasi, yaitu terus menawarkan teknologi baru untuk mempermudah kehidupan dan
3. Dampak sosial, yaitu memberikan dampak sosial positif yang sebesar besarnya untuk masyarakat Indonesia.

Berikut ini adalah beberapa layanan yang ditawarkan oleh Go-Jek:

1. Transportasi motor (*Go-Ride*),
2. Transportasi mobil (*Go-Car*),
3. Pengiriman barang (*Go-Send*),
4. Pemesanan makanan (*Go-Food*),

5. Berbelanja (*Go-Send*),
6. Pengiriman barang jumlah besar (*Go-Box*),
7. Layanan *mobile ticketing* (*Go-Tix*),
8. Pembelian atau penebusan obat (*Go-Med*),
9. Layanan pijat (*Go-Massage*),
10. Layanan kebersihan profesional (*Go-Clean*),
11. Layanan perawatan, servis kendaraan (*Go-Auto*),
12. Layanan kecantikan (*Go-Glam*) dan
13. Taksi Bluebird (*Go-Bluebird*).

Untuk menjadi mitra Go-Jek, perusahaan mengadakan tes dan pelatihan terlebih dahulu. Mitra Go-Jek dilatih mengenai bagaimana cara melayani penumpang dengan baik, mengenalkan peraturan lalu lintas agar disiplin dan tertib serta diajarkan bagaimana menggunakan *mobile banking*.

### **Hasil Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian dan penyebaran kuesioner oleh mahasiswa Politeknik Harapan Bersama Tegal yang telah dilakukan oleh penulis. Hal ini disebabkan karena keterbatasan kemampuan dan pemahaman dalam penyebaran kuesioner. Berdasarkan hasil wawancara dengan Mahasiswa Politeknik Harapan Bersama Tegal,

berikut ini hasil data kuesioer:

## Analisis Statistik Deskriptif

### a Karakteristik Responden

#### 1) Usia

Tabel 4.1 Karakteristik responden

usia		
Usia	Frekuensi	Presentasi
<20 Tahun	20	20,4%
20 s/d 30 Tahun	78	79,6%
> 30 Tahun	-	-
Total		100%

Sumber : Hasil Pengolahan data (SPSS 22, 2021)

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang berusia kurang dari 20 tahun sebanyak 20 orang (20,4%), responden yang berusia antara 20 – 30 tahun sebanyak 78 orang (79,6%), Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berusia antara 20 – 30 tahun (80%), dimana usia ini merupakan usia produktif dimana konsumen membutuhkan online travel agent untuk mendukung kebutuhan keseharian dan pekerjaan.

#### 2) Jenis Kelamin

Tabel 4.2 Karakteristik Responden  
Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	20	20,4%
Perempuan	78	79,6%
Total		100%

Sumber : Hasil Pengolahan data (SPSS 22, 2021)

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden laki-laki sebesar 20 orang (20,4%) dan responden perempuan sebesar 78 orang (79,6%). Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan.

#### 3) Jurusan

Tabel 4.1 Karakteristik Responden

Jurusan		
Jurusan	Frekuensi	Presentasi (%)
DIII Kebidanan	4	4,1 %
DIII Farmasi	17	17,3%
DIII Akuntansi	43	43,9%
DIII Teknik Komputer	11	11,2%
DIII Teknik Mesin	3	3,1%
DIII Teknik Elektronika	4	4,1%
DIII Desain Komunikasi Visual	3	3,1%
DIII Perhotelan	1	1,0%
DIV Akuntansi Sektor Publik	4	4,1%
DIV Teknik Informatika	8	8,2%
Total	98	100%

Sumber : Hasil Pengolahan data (SPSS 22, 2021)

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang berjurusan DIII Akuntansi sebanyak 43 orang (43,9%), responden yang berjurusan Farmasi sebanyak 17 orang (17,3%), responden yang berjurusan DIII

Teknik Komputer sebanyak 11 orang (11,2%), responden yang berjurusan DIV Teknik Informatika sebanyak 8 orang (8,2%), responden yang berjurusan DIII Kebidanan, DIII Teknik Elektronika, dan DIV Akuntansi Sektor Publik sebanyak 4 orang (4,1%), responden yang berjurusan DIII Teknik Mesin, dan DIII Desain Komunikasi Visual sebanyak 3 orang (3,1%), responden yang berjurusan DIII Perhotelan sebanyak 1 orang (1,0%), Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berjurusan DIII Akuntansi sebanyak 43 orang.

#### 4) Frekuensi Menggunakan Jasa Go-Food

Tabel 2.4 Karakteristik Responden Frekuensi Menggunakan Jasa Go-Food

Frekuensi menggunakan jasa Go-Food	Frekuensi	Present ase (%)
1 Kali	18	18,4 %
2 Kali	16	16,3 %
3 Kali	21	21,4 %
4 Kali	10	10,2 %
Lebih dari 5 Kali	33	33,7 %
Total	98	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan data (SPSS 22, 2021)

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang menggunakan jasa Go-Food lebih dari 5 kali sebanyak 33 orang (33,7%), responden yang menggunakan jasa Go-Food 3 kali sebanyak 21 orang (21,4%), responden yang menggunakan jasa Go-Food 1 kali sebanyak 18 orang (18,4%), responden yang menggunakan jasa Go-Food 2 kali sebanyak 16 orang (16,3%), responden yang menggunakan jasa Go-Food 4 kali sebanyak 10 orang (10,2%), Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa Frekuensi dalam menggunakan jasa Go-Food lebih dari 5 kali sebanyak 33 orang, hal ini mahasiswa Politeknik Harapan Bersama Tegal banyak menggunakan jasa Go-Food

**Uji Instrumen**  
**Hasil Uji Validitas**

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Sig	Ket
Kualitas Pelayanan (X1)	X1_1	0,000	Valid
	X1_2	0,000	Valid
	X1_3	0,000	Valid
	X1_4	0,000	Valid
	X1_5	0,000	Valid
	X1_6	0,000	Valid
	X1_7	0,000	Valid
	X1_8	0,000	Valid
	X1_9	0,000	Valid
Promosi (X2)	X2_1	0,000	Valid
	X2_2	0,000	Valid
	X2_3	0,000	Valid
Harga (X3)	X3_1	0,000	Valid
	X3_2	0,000	Valid
	X3_3	0,000	Valid
Minat Mahasiswa (Y)	X3_4	0,000	Valid
	X3_5	0,000	Valid
	Y_1	0,000	Valid
	Y_2	0,000	Valid
	Y_3	0,000	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan data (SPSS 22, 2021)

Berdasarkan Tabel menunjukkan bahwa 20 item pertanyaan yang diuji dinyatakan valid karena semua instrumen memiliki nilai signifikansi semua instrument dibawah 0,05.

**Hasil Uji Reliabilitas**

Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas

Scal e	Scale Varia	Corre cted	Cronb ach's
--------	-------------	------------	-------------

mea n if Item Deleted	nce if Item Deleted	Item Total Correlation	Alpha if Item Deleted
Kualitas _Pelayan	23,57	,585	,914
Promosi	6,01	,689	,822
Harga	14,72	,895	,894
Minat_ Mahasis wa	7,87	,855	,858

Sumber : Hasil Pengolahan data (SPSS 22, 2021)

Berdasarkan Tabel menunjukkan bahwa masing-masing variabel antara variabel Kualitas Pelayanan, Promosi, Harga, dan Minat Mahasiswa memperoleh nilai cronbach alpha lebih dari nilai minimal cronbach alpha yaitu 0,6. Jadi dapat disimpulkan instrumen penelitian dikatakan reliabel atau layak untuk digunakan.

**Asumsi Klasik Analisis**

**Uji Normalitas**

Tabel 4.7 Uji Normalitas  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

	Standardized Residual
N	98
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean ,0000000
	Std. Deviation ,98441463
Most Extreme Differences	Absolute ,075
	Positive ,045
	Negative -,075
Test Statistic	,075
Asymp. Sig. (2-tailed)	,200 <sup>c,d</sup>



Sumber : Hasil Pengolahan data (SPSS 22, 2021) Berdasarkan tabel hasil analisis uji normalitas menggunakan Kolmogorov - Smirnov Test menunjukkan nilai Asym. Sig (2-tailed) sebesar 0,200 > alpha 0,05 yang berarti data distribusi normal.

### Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui besarnya interkorelasi antar variabel bebas dalam penelitian ini. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat masalah Multikolinieritas (Ghozali:2011)<sup>[13]</sup>. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dapat dilihat pada nilai tolerancedan VIF. Apabila nilai toleransi diatas 0,1 dan nilai VIF dibawah: 10 maka tidak terjadi multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas untuk model regresi pada penelitian ini disajikan pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.8 Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig	Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,258	,910		1,384	,170		
Kualitas_Pelayanan	,147	,033	,438	4,418	,000	,667	1,500
Promosi	,008	,111	,008	,076	,940	,526	1,901
Harga	,188	,064	,300	2,964	,004	,638	1,568

Sumber : Hasil Pengolahan data (SPSS 22, 2021)

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa semua variabel mempunyai nilai toleransi diatas 0,1 dan nilai VIF dibawah 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami masalah multikolinieritas antara variabel bebas dalam model regresi layak dipakai untuk memprediksi keputusan Menggunakan Aplikasi Go-Food.

### Uji Autokorelasi

Tabel 4.9 Uji Autokorelasi

	Unstandardized Residual
Test Value <sup>a</sup>	,20998
Cases < Test Value	49
Cases >= Test Value	49
<hr/>	
Total Cases	98
Number of Runs	46
Z	-,812
Asymp. Sig. (2-tailed)	,417

Sumber : Hasil Pengolahan data (SPSS 22, 2021)

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa Uji Autokorelasi menggunakan uji Runs Test dilakukan dengan melihat nilai sig.> 0,01 data tidak mengalami atau mengandung autokorelasi. Berdasarkan hasil analisis uji

autokorelasi menggunakan uji Runs Test menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) pada output Runs Test lebih besar dari 0,05 maka data tidak mengalami atau mengandung autokorelasi.

### Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.10 Uji Heterokedastisitas  
Sumber : Hasil Pengolahan data (SPSS 22, 2021)

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai Sig. Variabel kualitas pelayanan sebesar 0,438 > alpha 0,05 dan sig. Variabel Harga sebesar 0,003 > alpha 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi

Coefficients <sup>a</sup>					
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.	
Model	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1 (Constant)	1,258	,910		1,384	,170
Kualitas_Pelayanan	,147	,033	,438	4,418	,000
Promosi	-,008	,111	-,008	-,076	,940
Harga	,188	,064	,300	2,964	,004

pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedasitas.

### Regresi Linier Berganda

Tabel 4.11 Regresi Linier Berganda  
Coefficients

	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.	
Model	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1 (Constant)	1,258	,910		1,384	,170
Kualitas_Pelayanan	,147	,033	,438	4,418	,000
Promosi	-,008	,111	-,008	-,076	,940
Harga	,188	,064	,300	2,964	,004

Sumber : Hasil Pengolahan data (SPSS 22, 2021)

### Uji Hipotesis

#### Uji t (Parsial)

Tabel 4.12 Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,258	,910		1,384	,170
Kualitas_Pelayanan	,147	,033	,438	4,418	,000
Promosi	,008	,111	-,008	-,076	,940
Harga	,188	,064	,300	2,964	,004

Sumber : Hasil Pengolahan data (SPSS 22, 2021)

**Uji F (Simultan)**

Tabel 4.13 Uji F ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	273,305	3	91,102	19,643	,000 <sup>b</sup>
Residual	435,970	94	4,638		
Total	709,276	97			

Sumber : Hasil Pengolahan data (SPSS 22, 2021)

Berdasarkan hasil diatas menunjukkan bahwa pengujian secara simultan X1, X2, X3 terhadap Y:

Dari hasil pengujian diperoleh nilai sig sebesar  $0,000 < \text{nilai alpha } 0,05$  (tingkat signifikansi 95%). maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan, promosi, dan harga secara simultan atau serentak berpengaruh dan signifikan terhadap minat Mahasiswa atau (H4) diterima.

**Koefisien Determinasi**

Tabel 4.14 Koefisien Determinasi

Model	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,621 <sup>a</sup>	,385	,366

Sumber : Hasil Pengolahan data (SPSS 22, 2021)

Hasil uji Adjusted R2 pada penelitian ini diperoleh nilai sebesar 0,366. Hal ini menunjukkan bahwa Minat Mahasiswa dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan, promosi dan harga sebesar 36,6%, sedangkan sisanya sebesar 63,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

**Pembahasan**

Proses analisis dalam penelitian ini memakai metode regresi linear berganda sebagai metode pengolahan data, dimana data dalam penelitian ini bersifat primer dan didapatkan dari penyebaran kuesioner. Penelitian ini terdiri dari tiga variabel independen yaitu kualitas pelayanan, promosi,

dan harga terhadap satu variabel dependen yaitu minat Mahasiswa. Total responden dalam penelitian ini berjumlah 98 orang responden, dari keseluruhan responden terbagi atas 20,4% laki-laki dan 79,6% perempuan. Responden didominasi oleh mahasiswa prodi DIII Akuntansi dan rentang usia 20 sampai 30 tahun.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diujikan, pada uji instrumen data yang telah dijawab responden menyatakan valid, tidak valid dan reliabel sehingga indikator dan item pertanyaan pada penelitian ini dapat digunakan dikemudian hari. Berikut merupakan pembahasan mengenai apakah kualitas pelayanan, promosi dan harga memberikan pengaruh atau tidak terhadap minat Mahasiswa dalam menggunakan layanan Go-Food (Studi kasus pada Politeknik Harapan Bersama Tegal) :

#### 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Mahasiswa dalam menggunakan layanan Go-Food

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,005; maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis pertama yang menyatakan bahwa “ada pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas Pelanggan

terhadap variabel Minat Mahasiswa atau dengan kata lain,  $H_0$  diterima”

Kualitas layanan elektronik (*e-service*) dapat didefinisikan sebagai layanan pelanggan yang interaktif dengan berbasis internet yang didukung oleh konsumen yang terintegrasi dengan teknologi dan sistem yang ditawarkan oleh penyedia layanan, yang bertujuan untuk memperkuat hubungan antara konsumen dengan penyedia layanan. Kesuksesan suatu perusahaan berbasis online atau e-commerce ditentukan dari tingkat kualitas website dan efektif tidaknya suatu website dalam melakukan transaksi jual beli.

Parasuraman dkk. (2005)<sup>[14]</sup> menyatakan definisi kualitas pelayanan online (*e-service*) dalam interaksinya dengan website adalah *the extent to which a website facilities efficient and effective shopping, purchasing and delivery*”. Penjelasan definisi diartikan sebagai suatu tingkat sebuah website secara efektif dan efisien memfasilitasi dalam hal berbelanja, melakukan pembelian dan proses penyerahan dari produk dan jasa.

Kualitas pelayanan yang baik dapat menjadi keunggulan bersaing bagi perusahaan jasa seperti yang dikemukakan oleh

Valerie A.Zetahml,A. Parasuraman dan Leonard L.Berry (1996). Baik tidaknya kualitas pelayanan barang atau jasa tergantung pada kemampuan produsen dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten. Konsumen yang merasa puas secara tidak langsung akan menciptakan loyalitas dan memperbaiki citra perusahaan dimata konsumen.Kualitas pelayanan dikatakan memuaskan apabila sesuai atau melebihi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan meliputi kualitas design website, keandalan, daya tanggap, kepercayaan dan personalisasi.

Hal ini relevan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dessica Dinar Sari (2015) melakukan penelitian tentang “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen SIM Card GSM prabayar XL di Kota Yogyakarta). Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Muhiban Haqul (2019)<sup>[10]</sup> menyatakan ulasan kualitas

pelayanan, Promosi, dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Mahasiswa.oleh kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Mahasiswa.

## 2. Pengaruh Promosi terhadap Minat Mahasiswa dalam menggunakan layanan Go-Food

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga diperoleh nilai nilai signifikansi sebesar 0,940 ( $0,940 > 0,05$ ), maka “Hal ini menunjukkan bahwa variabel Promosi secara parsial tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel Promosi terhadap variabel minat Mahasiswa”. Secara umum, promosi didefinisikan sebagai arus informasi atau persuasi satu-arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran (Swastha,2007). Promosi merupakan bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk dan mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk perusahaan. Menurut Kotler dan Amstron (2001) promosi adalah aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan

sasaran untuk membelinya. promosi, sebagian besar responden memberikan jawaban Tidak setuju yakni sebanyak 66 orang (66%), berdasarkan pengamatan yang dilakukan peneliti pada penggunaan Go-Food yang tidak memberikan fasilitas promo yang baik, *Go-Pay delivery* promo, gratis penambahan menu, Iklan, viral *marketing* dan *event* bulanan sehingga promosi tidak berpengaruh terhadap minat Mahasiswa dalam menggunakan layanan Go-Food (Studi kasus pada Mahasiswa Politeknik Harapan Bersama tegal).

Tujuan dari promosi adalah untuk menaikkan penjualan dan keuntungan perusahaan. Di dalam suatu bisnis yang kompetitif perusahaan harus melakukan promosi sebaik mungkin, tanpa iklan perusahaan akan kehilangan pangsa pasarnya. Kegiatan promosi yang dapat dilakukan perusahaan antara lain yaitu melalui iklan, promosi penjualan, personal selling/penjualan pribadi, publisitas. Perusahaan yang dapat melakukan promosi dengan baik akan lebih dikenal konsumen dan meningkatkan kepuasan konsumen.

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Muhiban Haqul (2019)<sup>[10]</sup>

menyatakan ulasan Promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Mahasiswa.oleh kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Mahasiswa.

### 3. Pengaruh Harga terhadap Minat Mahasiswa dalam menggunakan layanan Go-Food.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,004 ( $0,000 < 0,05$ ); maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis kedua yang menyatakan bahwa “ada pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap variabel Minat Mahasiswa atau dengan kata lain,  $H_0$  diterima.”.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga. Kotler dan Armstrong (2001) mengatakan bahwa harga (price) adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh produk. Dalam menentukan harga perusahaan harus mempertimbangkan beberapa faktor seperti kondisi pasar, jumlah permintaan dan pesaing, laba yang diinginkan dll. Selain itu, perusahaan harus terus memantau harga pasar yang ditetapkan oleh pesaing karena

apabila pesaing memberikan harga yang lebih murah untuk suatu produk/jasa dengan kualitas sama, maka konsumen dapat beralih dan menjadi tidak loyal.

Pada tingkat harga tertentu, jika manfaat yang dirasakan, maka nilainya akan meningkat pula. Apabila nilai yang dirasakan pelanggan semakin tinggi, maka akan menciptakan kepuasan konsumen yang maksimal. Respon positif atau loyalitas yang diberikan konsumen merupakan hasil dari kepuasan akan suatu produk atau jasa yang dibeli. Semakin baik harga yang ditawarkan dan disesuaikan dengan kualitas yang ada maka akan berpengaruh positif terhadap perusahaan dan meningkatkan kepuasan serta minat pembelian ulang di masa depan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Muhiban Haqul (2019)<sup>[10]</sup> menyatakan ulasan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Mahasiswa. oleh kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Mahasiswa.

4. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Harga terhadap Minat Mahasiswa dalam menggunakan layanan Go-Food

Dari hasil pengujian diperoleh nilai F hitung sebesar 19,643 dengan signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,01 ( $0,000 < 0,05$ ); maka penelitian ini membuktikan bahwa hipotesis keempat yang diajukan yaitu “ Terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Harga secara bersama-sama terhadap Minat Mahasiswa dalam menggunakan layanan Go-Food.

Faktor utama yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah tercapinya harapan konsumen terhadap suatu barang/jasa. Menurut Irawan (2002), konsumen akan merasa puas jika harapannya terpenuhi. Selain itu, kualitas pelayanan, harga dan promosi merupakan hal penting yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Menurut Parasuraman dkk (1998) menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang tinggi menghasilkan kepuasan yang tinggi pula. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan pelanggan sesuai atau melebihi harapan pelanggan maka dapat dikatakan bahwa pelayanan tersebut memuaskan.

Faktor kedua yaitu harga, harga memegang peranan penting dalam kepuasan konsumen terhadap suatu barang/jasa.

Sebelum melakukan pembelian, konsumen akan menimbang apakah harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas barang/jasa yang didapatkan. Semakin baik atau semakin rendah harga yang ditawarkan dan semakin baik kualitas barang/jasa yang diberikan maka akan semakin tinggi kepuasan konsumen. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada tingkat harga tertentu, jika manfaat yang dirasakan konsumen meningkat, maka akan meningkat pula nilainya. Apabila nilai yang dirasakan pelanggan semakin tinggi, maka akan menciptakan kepuasan pelanggan yang maksimal.

Faktor ketiga yaitu promosi, promosi merupakan salah satu bentuk komunikasi untuk memenuhi fungsi pemasaran. Promosi akan membawa dan mengarahkan konsumen membeli produk-produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Sebuah promosi yang baik akan mampu memberikan respon pembeli yang kuat dan mampu membujuk konsumen untuk melakukan pembelian. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa promosi yang baik dapat meningkatkan minat beli konsumen dan kepuasan konsumen. Temuan ini sejalan

dengan penelitian yang dilakukan Muhiban Haqul (2019)<sup>[10]</sup> menyatakan ulasan kualitas pelayanan, Promosi, dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Mahasiswa.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk Untuk mengetahui pengaruh antara variabel kualitas pelayanan, promosi, harga terhadap minat mahasiswa Politeknik Harapan Bersama Tegal pada jasa Go-Food. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

1. Secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan layanan Go-Food. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 4,418 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,01 ( $0,000 < 0,05$ ).
2. Secara parsial variabel promosi tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan layanan Go-Food. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 0,076 dengan nilai signifikansi sebesar 0,940 lebih besar dari 0,01 ( $0,000 > 0,05$ ).
3. Secara parsial variabel harga berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan



layanan Go-Food. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 2,964 dengan nilai signifikansi sebesar 0,004 lebih kecil dari 0,01 ( $0,004 < 0,05$ ).

4. Secara simultan variabel kualitas pelayanan, promosi, dan harga secara bersama-sama terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan layanan Go-Food. Hal ini dibuktikan dari nilai F hitung sebesar 19,643 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ).

#### **Saran**

Berdasarkan hasil analisis, kesimpulan dan keterbatasan dapat diajukan beberapa saran bagi akademisi dan perusahaan sebagai berikut.

1. Bagi perusahaan
  - a. Perusahaan perlu meningkatkan kualitas layanan untuk mempermudah akses delivery order ketika pesanan banyak dan bisa order lebih dari satu tempat.
  - b. Promosi yang diberikan lebih banyak lagi untuk menarik para pelanggan untuk lebih sering melakukan delivery order Go-Food agar pelanggan merasa senang dan puas.
  - c. Harga yang ditawarkan dalam aplikasi disesuaikan dengan harga makanan aslinya agar pelanggan dapat

menggunakan layanan delivery order tersebut.

2. Bagi Akademisi

Peneliti selanjutnya menambahkan variabel dan indikator yang sesuai untuk variabel baru misalnya kepercayaan, citra merek, loyalitas pelanggan untuk mengetahui faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Selain itu peneliti selanjutnya juga dapat menambah variabel dengan memilih Brand Image lainnya dalam layanan delivery order yang sejenis lainnya agar dapat membandingkan penelitian sebelumnya untuk menganalisis harga, promosi dan kualitas layanan dapat berpengaruh terhadap kepuasan atau tidak.

#### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Tim peneliti mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang membantu selama proses penelitian. Secara khusus peneliti mengucapkan terima kasih kepada P3M Politeknik Harapan Bersama yang sudah memberikan kesempatan penelitian dan bersedia memberikan data untuk kepentingan penelitian serta Tim Dosen Prodi DIII Akuntansi yang selalu saling mendukung dalam kegiatan penelitian.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Rudi. (2021). *Pengembangan Karier Diera Globalisasi*. Bandung. Media Sains Indonesia.
- Asmara. (2019). *Kepuasan konsumen pada kualitas layanan sim keliling*. Surabaya. Jakad Media.
- Firmansyah. (2019). *Pemasaran (dasar dan konsep)*. Jawa Timur. Qiara Media.
- Simamora, Bilson. (2003). *Menenangkan pasar dengan pemasaran efektif dan profitabel. Cetakan kedua*. Jakarta. Gramedia pustaka utama.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi kedua. Jakarta. Erlangga.
- Siswanto, Sutojo. (2009). *Manajemen Pemasaran, edisi kedua*. Jakarta. Damar Mulia Pustaka.
- Gitosudarmo, Indriyo. (2008). *Manajemen Pemasaran, edisi pertama*. Yogyakarta. BPEE.
- Yulingga dan Wasis (2017). *Statistik Pendidikan*. Yogyakarta. Deepublish.
- Farid dan Rudy (2019). *Manajemen kualitas jasa*. Klaten. Duta Media.
- Muhiban Haqul (2019). *Manajemen Pemasaran*. Fakultas Ekonomi dan Bisni Universitas Jember.
- Peter dan Olson (2014). *Ilmu manajemen di era 4.0*. Indramayu. Adanu Abimata.
- Suliyanto. (2005). *Metode Riset Bisnis*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Sugiyono (2012). *Metode Penelitian Administrasi dilengkapi R&D*. Cetakan Kedua puluh, Alfabeta. Bandung.
- Parasuraman, dkk 2005, 'E-S-QUAL : A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality', *Journal of Service Research* 7 (3): 213 - 233.
- Aziz Alimun, Hidayat. 2007. *Metode Penelitian dan Teknik Analisis Data*. Jakarta. Salemba Medika.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM. SPSS 19 (edisi kelima)*. Semarang. Universitas Diponegoro.
- Eddy, et al. (2021). *Populasi, Sampel, Variabel dalam penelitian kedokteran*. Pekalongan. PT. Nasya Expandin