



Pengaruh Pembelian Melalui Aplikasi Go-Food Terhadap Penjualan Di Jelly Potter Cabang Jaya Sampurna

Wulan Julliyanti¹, Syifa Pramudita Faddilla²

mn20.wulanjulliyanti@mhs.ubpkarawang.ac.id¹, syifa.pramudita@ubpkarawang.ac.id²

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Buana Perjuangan Karawang

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh aplikasi Go-Food terhadap penjualan di Jelly Potter Cabang Jayasampurna. Analisis ini menggunakan variabel independen yaitu Go-Food dan variabel dependen yaitu penjualan pada usaha Jelly Potter. Sampel penelitian ini adalah konsumen yang sudah melakukan pembelian melalui aplikasi Go-Food, Pemilik usaha yang sudah melakukan transaksi jual-beli di aplikasi Gojek. Pengumpulan data yang dilakukan dengan pengumpulan data primer dengan teknik observasi, dokumentasi, kuisioner, wawancara dan studi kepustakaan. Metode statistik menggunakan Uji Rata-rata Dua Populasi Bersifat Dependen yaitu untuk menguji perbedaan rata-rata antara dua kelompok data yang dependen atau saling berkaitan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Pembelian melalui aplikasi Go-Food (X) berpengaruh signifikan terhadap Peningkatan Penjualan (Y) di Jelly Potter Cabang Jayasampurna.

Kata Kunci : *Go-Food, Penjualan, Usaha*

ABSTRACT

This study aims to determine how much influence the Go-Food application has on sales at Jelly Potter Jayasampurna Branch. This analysis uses the independent variable, namely Go-Food and the dependent variable, namely sales at the Jelly Potter business. The sample of this research is consumers who have made purchases through the Go-Food application, business owners who have made buying and selling transactions on the Gojek application. Data collection was carried out by collecting primary data with observation techniques, documentation, questionnaires, interviews and literature studies. The statistical method uses the Average Test of Two Dependent Populations, namely to test the average difference between two groups of data that are dependent or interrelated. The results of this study indicate that the purchasing variable through the Go-Food application (X) has a significant effect on increasing sales (Y) at Jelly Potter Jayasampurna Branch.

Keywords : *Go-Food, Sales, Business*

PENDAHULUAN

Fitur Go-Food jelas menguntungkan semua pihak. Bagi Gojek, selain mampu memperkecil jumlah pengangguran juga bisa menambah pemasukan dengan banyaknya order yang masuk melalui via Go-Food. Sedangkan bagi pengusaha (UMKM), ada potensi kenaikan penjualan dari layanan food delivery. Layanan Go-Food memang langsung mendapat sambutan positif dari para pelaku pengusaha kuliner. Bagi konsumen, bisa memudahkan dalam hal memesan makanan yang diinginkan. Melalui aplikasi ini, konsumen bisa membeli makanan yang diinginkan dengan harga yang relatif murah dari promo yang ditawarkan oleh Go-Food dan, konsumen juga bisa menghemat waktu, tenaga dan



menghemat biaya transportasi. Karena, kedua aplikasi ini membuat tarif /km nya relatif murah.

Mengenai tarif biaya/kmnya pelanggan Go-Food akan dikenakan biaya antar sebesar Rp. 4.000 untuk pembelian menggunakan Go Pay di restoran Go-Food partner. Sementara di restoran Non Partner dan menggunakan Go Pay akan dikenakan biaya Rp. 9.000 maksimum 5 km (2.000/km). Sedangkan yang bertransaksi menggunakan uang tunai di restoran Go-Food Partner akan dikenakan biaya sebesar Rp. 9.000 dan pembelanjaan tunai di restoran non partner akan dikenakan biaya antar sebesar Rp. 10.000 maksimum 5 km (Rp 2.000/km).

Bagi pengusaha kuliner, terutama Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang memiliki budget terbatas untuk mengembangkan layanan delivery order, Go-Food bisa menjadi solusi alternatif yang sangat membantu. Pengusaha UMKM bisa memiliki layanan deliver order tanpa harus menyiapkan armada. Dengan begitu, pengusaha tidak perlu meng-hire atau menggaji SDM untuk delivery (Gonibala et al., 2019). Lebih ekstrim lagi, pengusaha bahkan tidak perlu memiliki store atau toko untuk berjualan. Go-Food juga memungkinkan pangsa pasar semakin meluas (Hidayatullah et al., 2018).

Menyadari bahwa perlunya pengembangan UMKM melalui adanya perkembangan revolusi industri 4.0 melalui adanya Go-Food maka kami melakukan penelitian ini (NSS & Rahoyo, 2019). Adapun metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode uji rata-rata dua populasi bersifat dependen yaitu untuk menguji perbedaan rata-rata antara dua kelompok data yang dependen atau saling berkaitan untuk mengkalibrasi numerik untuk skala pengukuran kuantitatif serta sebagai pertunjukan kualitatif (Saputra et al., 2016).

KAJIAN TEORI

Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen (consumer behavior) didefinisikan sebagai studi unit pembelian (buying units) dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang atau jasa, pengalaman, serta ide. Seperti layaknya ilmu sosial, perilaku konsumen menggunakan metode serta prosedur riset dari psikologi, sosiologi, ekonomi dan antropologi. Untuk menggeneralisasikan, riset perilaku konsumen dilakukan berdasarkan tiga perspektif riset yang bertindak sebagai pedoman pemikiran dan pengidentifikasian faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku perolehan (akuisisi) konsumen. Ketiga perspektif ini adalah :



perspektif pengambilan keputusan (decision-making prespective), perspektif pengalaman (experiential perspective) dan perspektif pengaruh perilaku (behavioral influence perspective).

Penjualan

Penjualan merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan bisnisnya untuk berkembang dan untuk mendapatkan laba atau keuntungan yang diinginkan serta penetapan harga jual sampai produk didistribusikan ke tangan konsumen(pembeli). Penjualan “Dalam Buku Kamus Istilah Ekonomi”. Yang menyatakan bahwa “selling” melakukan penjualan ialah suatu kegiatan yang ditujukan untuk mencari pembeli, mempengaruhi dan memberikan petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produk yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan bagi kedua belah pihak (Kusniadji, 2017). Penjualan dengan berbasis online dan penjualan di tempat akan berbeda signifikan. Karena dalam berjualan dengan berbasis online akan menjangkau konsumen lebih luas sedangkan berjualan di tempat hanya dapat dijangkau di daerah sekitarnya.

Meningkatkan Skala Penjualan

Berdasarkan (M. Amdan Saputra, 2020), penjualan merupakan aktivitas yang dijalankan oleh para pelaku usaha guna untuk mempertahankan bisnisnya agar dapat berkembang serta untuk menerima untung atau laba yang diinginkan. Pada umumnya, jumlah keuntungan yang dapat diperoleh tergantung secara langsung maupun tidak eksklusif dari penjualan. Kontribusi dari peningkatan penjualan terhadap laba telah kentara. Menaikkan penjualan berguna pada usaha mengurangi porto overhead karena biaya tetap dimanfaatkan agar mencapai penjualan yang berjumlah lebih besar. Adanya layanan pesan dan antar makanan secara online ini terbukti bisa membantu para pelaku usaha makanan dalam hal meningkatkan pendapatan. Hal tersebut sejalan dengan tujuan layanan tadi yaitu Go-Food yang berasal GO-JEK.

Go-Food

Salah satu layanan Go-jek adalah Go-Food. GO-FOOD adalah layanan pesan antar makanan terbesar di dunia di luar Cina dan bekerja sama dengan 125,000 merchant di berbagai kota di Indonesia.

Keunggulan menjadi partner GO-FOOD :

- a. Promo Biaya Antar Menggunakan GO-PAY Pengguna GO-FOOD dapat menikmati promo biaya antar dengan menggunakan GO-PAY.
- b. Maksimalkan Potensi BisnisMemperluas potensi produk kepada pengguna GO-JEK yang akan dilayani oleh driver GO-JEK.
- c. Posisi Strategi Pada Aplikasi Berbagai fitur dan kategori dalam aplikasi GO-FOOD akan memudahkan restoran tersebut diakses oleh pengguna GO-JEK.
- d. Akses ke Pelanggan Melalui marketing channel GO-FOOD, dapat menginformasikan berbagai produk unggulan langsung ke pengguna GO-JEK.

KERANGKA PIKIR PENELITIAN



HIPOTESIS

Yang dimaksudkan dalam hipotesis adalah merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian tersebut telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Dapat dikatakan demikian karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori. Hal tersebut menyatakan bahwa hipotesis sebagai praduga atau asumsi yang harus diuji melalui data atau fakta yang diperoleh dengan jalan penelitian. Berdasar kajian teoritis di atas maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

Ha: Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan antara pembelian melalui aplikasi Go-food terhadap peningkatan penjualan

Ho: Tidak terdapat pengaruh secara positif dan signifikan antara pembelian melalui aplikasi Go-food terhadap peningkatan penjualan

METODELOGI PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang memiliki tujuan yaitu memberikan Gambaran tentang kondisi fisik suatu wilayah ataupun suatu kondisi wilayah dengan menggunakan kata-kata dan disertai angka serta mengklasifikasikan jenis berdasarkan pertanyaan yang sudah ditentukan (Yuliani, 2018). Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menuntut banyak menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data, serta hasil yang



akan ditampilkan, serta menggambarkan bagaimana hasil pengamatan yang diinterpretasikan menggunakan data yang sudah diolah (Salmina & Adyansyah, 2017).

Penelitian melakukan pengumpulan data primer dengan teknik observasi, dokumentasi, kuisisioner, wawancara dan studi kepustakaan.

- a. Teknik observasi, merupakan teknik yang dilakukan secara langsung dimana peneliti datang langsung ke lokasi dan mengamati keadaan fisik suatu wilayah serta menyimpulkan apa saja permasalahan di dalam lokasi tersebut.
- b. Dokumentasi, pengumpulan data dengan cara tertulis dan gambar.
- c. Kuisisioner, merupakan metode pengumpulan data berdasarkan hasil respon dalam bentuk tertulis yang harus dijawab. Teknik ini dilakukan untuk mendapatkan hasil yang baik dan tidak terlalu memakan waktu yang banyak.
- d. Wawancara, dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dari narasumber suatu wilayah. Hal ini dilakukan untuk mendukung hasil data berupa kuisisioner yang sudah ada.
- e. Studi kepustakaan yaitu mengumpulkan teori dan pustaka untuk memperkuat argumen yang berhubungan dengan penelitian ini.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

a. Profil Usaha

Logo Usaha :



1. Nama Usha : Jelly Potter
2. Bidang Usaha : Minuman
3. Alamat Perusahaan : Sebelum Klinik Narom, Jl. Pagadungan Desa Jaya Sampurna,
Cikarang, Kec. Serang Baru, Bekasi Kabupaten, Jawa Barat 17330
4. Mulai Berdiri : 2019
5. Jenis Usaha : Franchise
6. Pendapatan : 500ribu s/d 1juta Perhari



b. Hasil Penelitian

Analisis Data

1. Uji Validitas

a) Uji Validitas Layanan Aplikasi Go-Food

Uji Validitas Aplikasi Go-Food

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pembelian Gofood 1	15.06	3.935	-.071	.344
Pembelian Gofood 2	15.44	2.170	.401	-.185 ^a
Pembelian Gofood 3	15.02	4.265	-.187	.423
Pembelian Gofood 4	14.84	1.811	.514	-.414 ^a
Pembelian Gofood 5	15.48	3.806	-.050	.339

Menunjukkan jika pernyataan variabel pembelian go-food untuk mengukur variabel dinyatakan valid, hal ini dikarenakan corrected item-Total correlation bernilai lebih besar dari 0,3

b) Uji Validitas Peningkatan Penjualan

Uji Validitas Peningkatan penjualan

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Peningkatan Penjualan 1	15.30	6.541	.635	.725
Peningkatan Penjualan 2	15.76	6.390	.680	.708
Peningkatan Penjualan 3	15.58	6.657	.634	.725
Peningkatan Penjualan 4	15.40	8.735	.238	.841
Peningkatan Penjualan 5	15.08	7.300	.697	.717

Menunjukkan jika pernyataan di variabel peningkatan penjualan dinyatakan valid. Hal ini dikarenakan corrected item-Total correlation bernilai lebih besar dari 0,3

2. Uji Reliabilitas

Pengujian uji Reliabilitas menerapkan metode Alpha Cronbach's yang diukur dari 0 hingga 1. Skala Alpha Cronbach's dikelompokkan pada 5 berikut:

- a. 0,00 s.d. 0,20 (kurang reliabel)
- b. 0,21 s.d. 0,40 (agak reliabel)
- c. 0,42 s.d. 0,60 (relatif reliabel)
- d. 0,61 s.d. 0,80 (reliabel)
- e. 0,81 s.d. 1,00 (sangat reliabel)
- f. Reliabilitas suatu konstruk variabel disebut baik jika Alpha Cronbach's bernilai $> 0,50$.

Uji Reliabilitas Variabel Aplikasi Go-food

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.245	5

Berdasarkan pengujian Reliability Statistics di atas, berarti dimensi variabel Aplikasi go-food adalah reliabel. Karena angka $0.245 > 0,50$.

Uji Reliabilitas Variabel Peningkatan

Penjualan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.789	5

Berdasarkan pengujian Reliability Statistics di atas, berarti bahwa dimensi variabel peningkatan penjualan adalah reliabel. Karena angka $0.789 > 0,50$.

3. Uji Multikolinearitas

Menurut (Ghozali, 2016) terdapat beberapa cara pada menemukan hubungan antar variabel, antara lain:

- 1) Bila mempunyai hubungan antar variabel bebas yang tepat ($>0,9$), maka ada unsur multikolinearitas.



- 2) Jika memiliki nilai VIF >10 dan nilai tolerance < 0,10, maka ada unsur multikolinearitas.

Berikut hasil dari hasil SPSS asal uji multikolinearitas adalah menjadi berikut:

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	15.177	4.325		3.509	.001		
Pembelian Gofood	.216	.227	.136	.954	.345	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan

uji multikolinearitas pada atas bisa diketahui bahwa antar variabel bebas tidak terjadi multikolinearitas, sebab hasil perhitungan nilai tolerance berasal setiap variabel independen tidak ada yang memberikan yang akan terjadi kurang dari 0,10 dan yang akan terjadi perhitungan nilai variance inflation factor (VIF) pula membagikan yang akan terjadi setiap variabel independen tidak ada yang lebih dari 10, bisa disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas pada antar variabel independen dalam contoh regresi ini.

4. Uji Heteroskedastisitas

Apabila varian dari antara pengamatan yang satu ke pengamatan lainnya tetap, maka bisa dikatakan homoskedastisitas. Apabila varian dari residual pengamatan yang satu ke pengamatan bisa dikatakan terjadi heteroskedastisitas.

Dasar Pengambilan Keputusan :

- Jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Berikut hasil dari hasil SPSS dari uji heteroskedastisitas ialah menjadi berikut:

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.300	2.311		.562	.576
Pembelian Gofood	.073	.121	.087	.605	.548

a. Dependent Variable: Abs_RES

5. Analisis Linear berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan di penelitian ini dengan tujuan buat mengetahui ada tidaknya imbas variabel independen terhadap variabel dependen. akibat pengolahan data menggunakan menggunakan program SPSS tersebut artinya sebagai berikut:

Hasil Analisis Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	15.177	4.325		3.509	.001
Pembelian Gofood	.216	.227	.136	.954	.345

a. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan

Dari hasil tersebut apabila ditulis dalam bentuk *standardized* dari persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = 15.177 + 0.216X_1 + 4.325$$

Keterangan:

Y: Peningkatan Penjualan

X1: Pembelian Go Food

Ada beberapa hal yang dapat dijelaskan untuk persamaan regresi di atas yaitu:

Nilai konstanta variabel peningkatan penjualan sebesar 15.177 mempunyai arti bahwa variabel pembelian go-food mengalami perubahan atau sama menggunakan 0 (nol), maka kepatuhan wajib pajak akan bernilai 15.177 satuan skor. Koefisien regresi variabel pembelian go-food dengan nilai 0.216 maka dapat diartikan bahwa Bila variabel pembelian gofood semakin tinggi satu satuan peningkatan penjualan pajak meningkat sebesar 0.216

6. Uji Keberartian Model (Uji F)

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9.643	1	9.643	.910	.345 ^a
	Residual	508.437	48	10.592		
	Total	518.080	49			

a. Predictors: (Constant), Pembelian Gofood

b. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan

Uji F dipergunakan buat menguji ada tidaknya imbas variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan (bersama-sama). Pengujian imbas variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya dilakukan menggunakan menggunakan uji F. Hasil perhitungan statistic menunjukkan nilai F hitung = 0.910 serta dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa secara bersama-sama pesanan go food mempunyai pengaruh yang secara simultan terhadap peningkatan penjualan.

7. Uji Signifikansi Koefisien (Uji t)

Uji t yang dilakukan bermaksud untuk mengetahui besar kecilnya pengaruh pembelian go-food secara individual dalam menerangkan variabel peningkatan penjualan. Kriteria dalam penolakan atau penerimaan hipotesis berikut:



- Apabila signifikansi bernilai $< 0,05$; maka bisa dinyatakan jika hipotesis diterima(koefisien regresi signifikan). Variabel independen secara parsial berdampak signifikan terhadap variabel dependen.
- Apabila signifikansi bernilai $> 0,05$; bisa dikatakan jika hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen secara signifikan.

Berdasarkan hasil output pada SPSS maka hasil uji t pada penelitian ini dapat adalah sebagai berikut:

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	15.177	4.325		3.509	.001
Pembelian Gofood	.216	.227	.136	.954	.345

a. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan

Hasil pengujian mendapatkan hasil berikut: variabel pembelian go-food mendapatkan t hitung = 0.954 dan signifikansinya 0,001. Batas signifikansi yang digunakan adalah 0,05; nilai signifikansi tersebut menunjukkan jika lebih kecil dibandingkan 5%. Hasil ini menunjukkan jika pembelian go-food berpengaruh secara simultan terhadap peningkatan penjualan.

c. Pembahasan

Pengaruh Pembelian melalui aplikasi Go-food Terhadap Peningkatan Penjualan

Hasil pengujian mendapatkan hasil berikut: variabel layanan gofood mendapatkan t hitung = 13.970 dan signifikansinya 0,000. Batas signifikansi yang digunakan adalah 0,05; nilai signifikansi tersebut menunjukkan jika lebih kecil dibandingkan 5%. Hasil ini menunjukkan jika layanan go-food berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan penjualan. Hasil penelitian ini yang menghasilkan penelitian bahwa pembelian melalui aplikasi go-food mempunyai pengaruh yang secara signifikan terhadap peningkatan penjualan. Berdasarkan hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa dampak positif layanan go-food terhadap omzet bisnis kuliner yang terdaftar di GOJEK/ Go-Food Cikarang menunjukkan bahwa bermitra dengan Go-Food akan berdampak pada Peningkatan Penjualan, sebab promosi produk pada software menyebabkan pangsa pasar semakin luas.



KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Penelitian ini memberikan pengetahuan kepada masyarakat untuk mengembangkan Usaha dengan menggunakan teknologi yang ada saat ini. Berdasarkan analisis data menunjukkan bahwa Aplikasi Go-Food memberikan pengaruh positif terhadap penjualan.

Berdasarkan kesimpulan diatas saran yang sesuai agar UMKM mampu meningkat dan berkembang dengan teknologi adalah :

- a. Pemerintah diharapkan dapat membantu dan memberikan dukungan penuh terhadap perkembangan teknologi dan informasi dimasa kini agar dapat dimanfaatkan semaksimal mungkin oleh masyarakat khususnya para pelaku usaha mikro dan menengah agar dapat digunakan sebagai salah satu alat untuk meningkatkan produktifitas dan bermanfaat bagi kesejahteraan masyarakat banyak.
- b. Pemerintah perlu melakukan penyuluhan terhadap masyarakat agar dapat memanfaatkan kecanggihan teknologi dan informasi di masa kini untuk meningkatkan kemampuan mandiri usaha bagi masyarakat kecil yang memiliki usaha. Adanya kemajuan teknologi dan informasi diharapkan dapat dimanfaatkan dengan baik oleh para pelaku bisnis terutama pelaku usaha kecil mikro dan menengah yang memiliki modal kecil untuk dapat mengembangkan usahanya agar semakin dikenal oleh masyarakat luas.
- c. Untuk UMKM yang sudah mempergunakan Go-Food tetapi belum terjadi peningkatan omset yang signifikan adalah meningkatkan kualitas pelayanannya agar bisa menarik konsumen lebih banyak sehingga nilai transaksi meningkat.
- d. Untuk pihak Go-Jek, berdasarkan hasil penelitian maka saran yang diberikan yaitu untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan dan memertahankan profesionalitas yang bertujuan untuk terus membangun kepercayaan serta kepuasan konsumen dalam menggunakan aplikasi Go-Jek melalui platform Go-Food.



DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gonibala, N., Masinambow, V. A. J., & Maramis, M. T. B. (2019). Analisis pengaruh modal dan biaya produksi terhadap pendapatan UMKM di Kota Kotamobagu. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 19.
- Hidayatullah, S., Yeremia, P., Adrian, T., Sarwinda, N., Lestari, F. W., & Eka, A. A. G. (2018). *Eksistensi Transportasi Online (Go Food) Terhadap Omzet Bisnis Kuliner Di Kota Malang*.
- Kusniadji, S. (2017).). Kontribusi Penggunaan Personal Selling Dalam Kegiatan Komunikasi Pemasaran Pada Era Pemasaran Masa Kini. *Jurnal Komunikasi*, 176–183.
- M. Amdan Saputra. (2020). *Pengaruh Penjualan Online Melalui Merchant Go-food Partner Terhadap Peningkatan Omzet Pada Usaha Kuliner Di Jalan Garuda Sakti Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru*. Skripsi, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU.
- NSS, R. L. P., & Rahoyo, R. (2019). Dampak Bisnis Kuliner Melalui Go Food Bagi Pertumbuhan Ekonomi Di Kota Semarang. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 120–133.
- Salmina, M., & Adyansyah, F. (2017). *Analisis kualitas soal ujian matematika semester genap kelas XI SMA Inshafuddin Kota Banda Aceh*. 37–47.
- Saputra, M. I. T., Suharyono, S., & Hidayat, K. (2016). Pengaruh Biaya Bauran Promosi Terhadap Omzet Penjualan (Studi Kasus Pada PT Hero Sakti Motor Gemilang Pusat Malang). *Brawijaya University*.
- Yuliani, W. (2018). *Metode penelitian deskriptif kualitatif dalam perspektif bimbingan dan konseling*. 83–91.