

DAMPAK LAYANAN PESAN ANTAR MAKANAN SECARA DARING MELALUI APLIKASI TERHADAP PERTUMBUHAN PENJUALAN PENGUSAHA KULINER HALAL (STUDI PADA PENGUSAHA KULINER HALAL DI DEPOK)

Rezya Adha Ariswanto¹⁾, Ahmad Muti²⁾, Abdul Rochim³⁾

STIS Al Wafa Bogor

ariswanto.reza@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak layanan pesan antar makanan secara daring melalui aplikasi terhadap pertumbuhan penjualan pengusaha kuliner halal di Depok, dengan focus pada penelitian adalah pada fitur Go-Food yang terdapat pada aplikasi Gojek. Perkembangan dalam dunia usaha semakin berkembang pesat. Semakin berkembangnya teknologi dan informasi menyebabkan setiap orang dapat dengan mudah mengakses informasi kapan dan dimana saja dan memudahkan orang untuk melakukan kegiatan sehari-hari, sehingga munculnya fenomena layanan pesan antar. PT. GO-JEK Indonesia mengembangkan *platform* nya dengan menambah sebuah layanan pesan antar yang dinamakan GO-Food. Usaha kuliner yang bekerjasama dengan Go-Food akan mendapatkan layanan pesan antar tersebut tanpa harus menambah biaya tambahan lainnya, sehingga dapat menyebabkan pertumbuhan penjualan. Jenis data dalam penelitian ini yaitu data primer yang merupakan hasil kuesioner yang diberikan kepada 40 pengusaha kuliner halal yang bermitra dengan Go-Food. Teknik pengambilan data menggunakan kuesioner dengan menggunakan pertanyaan yang diukur menggunakan skala likert 1 sampai 5 dan diuji oleh validitas dan reliabilitas. Populasi dalam penelitian ini adalah Pengusaha Kuliner Halal yang Terdaftar di Go-Food/GO-JEK Depok. Teknik analisis data untuk menjawab hipotesis menggunakan analisis regresi sederhana. Uji parsial digunakan untuk menjawab hipotesis penelitian ini. Hasil menunjukkan bahwa layanan food delivery mempunyai dampak positif terhadap peningkatan penjualan sig > 0,05 (0,001 < 0,05). Hasil tersebut berarti bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Kemudian nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa dampak layanan pesan antar terhadap pertumbuhan penjualan berjumlah 72,9% sedangkan sisanya sebesar 27,1% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci : *Layanan Pesan Antar, Pertumbuhan Penjualan, Go-Food, GO-JEK*

PENDAHULUAN

Pada saat ini banyak pengusaha kuliner yang mengandalkan proses pemesanan secara daring. Sebab kemajuan teknologi pemesanan ini, perkembangan suatu usaha dapat lebih mudah meningkat. Maka dari itu proses pemesanan secara daring tak hentinya mengalami perkembangan hingga kini. Namun tidak semua usaha kuliner menerapkan metode tersebut, beberapa usaha kuliner juga menerapkan metode drive-thru. Hal ini tentu dapat mendongkrak angka penjualan dari usaha tersebut, akan tetapi dalam prosesnya diperlukan biaya dan tenaga kerja tambahan. Namun dengan adanya kemudahan yang di berikan membuat masyarakat lebih memilih pemesanan melalui daring. Selain itu mereka hanya perlu menggunakan smartphone untuk melakukan pemesanan secara daring.

Menurut ilmu kaidah fiqh muamalah, dalam transaksi jual beli terdapat rukun dan syarat didalamnya. Keberadaan pembeli, penjual, barang yang dijual, dan akad merupakan empat landasan jual beli. Syarat-syarat jual beli adalah berakal, barangnya halal, pembeli sehat jasmani dan rohani, dan akadnya adil. Kemajuan era saat ini telah membuat pilar dan kriteria menjadi usang karena alat transaksi yang digunakan semakin berkembang dan kompleks. Akhirnya muncul pertanyaan mengenai dibolehkannya atau tidak jenis sistem pemesanan secara daring ini bila di tinjau dari hukum Islam. (Nawawi, 2012)

Sistem pemesanan melalui daring diperbolehkan dalam islam karena menggunakan akad salam. Pada sistem layanan pesan antar makanan secara daring melalui aplikasi, di dalamnya terdapat tiga unsur yaitu penjual, pembeli serta barang dagangan. Berdasarkan proses bisnis dari layanan pesan antar makanan secara daring melalui aplikasi dan interaksi diantara pihak yang terlibat dalam skema ini, sudah memenuhi dari rukun dan juga syarat akad salam. Dimana pada akad salam pembayaran dilakukan di muka dan penyerahan barang pesanan di serahkan kemudian dalam jangka waktu tertentu. (Saprida, 2016)

Sebagai platform dan aplikasi mobile on-demand terkemuka yang menawarkan berbagai layanan lengkap mulai dari transportasi, logistik, pembayaran, pengiriman makanan, dan berbagai

layanan lainnya, GO-JEK dimulai pada tahun 2010 sebagai bisnis transportasi roda dua yang dapat dioperasikan melalui panggilan telepon. Dan kini layanannya kian berkembang seiring meningkatnya permintaan. (Fahri, 2017)

Nadiem Makarim selaku CEO GO-JEK Indonesia, mulai melebarkan sayap perusahaannya ke industri lain setelah berhasil memperkenalkan industri ojek online kepada masyarakat Indonesia. Platform GO-JEK dirancang untuk memungkinkan hal tersebut. Go-Food merupakan salah satu layanan terbaru. (Fahri, 2017)

Indonesia merupakan negara yang kaya akan kuliner. Karena keragaman produk makanan, tidak semua orang mengenal semua masakan dan kuliner yang tersedia. Go-Food sebagai salah satu komponen GO-JEK diharapkan mampu mengenalkan dan mengedukasi masyarakat tentang keberagaman ini.

Go-Food bermitra dengan hampir satu juta bisnis yang berhubungan dengan makanan dalam upaya untuk mempromosikan keragaman kuliner Indonesia. Sesuai dengan reputasi GO-JEK sebagai anak perusahaan lokal, Go-Food adalah layanan yang ditawarkan oleh GO-JEK yang berusaha untuk mempromosikan dan memasarkan makanan anak-anak dalam negeri. Selain menawarkan layanan pesan antar makanan, Go-Food ikut serta menaikkan pamor pengusaha kecil yang tidak semuanya menawarkan layanan pemesanan secara daring. (Alifia, n.d.)

Mirip dengan pesan antar restoran, Go-Food adalah salah satu fitur layanan pesan antar makanan. Pelanggan hanya dapat memesan menu dari restoran yang terdaftar di fitur Go-Food di aplikasi GO-JEK. Pemesanan dan pengiriman makanan langsung akan dilakukan melalui GO-JEK. Pada intinya, layanan ini sangat mirip dengan layanan pesan antar restoran. (Palupi, 2019)

Go-Food mungkin bisa menjadi solusi alternatif yang sangat menguntungkan bagi para pelaku bisnis kuliner khususnya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang mempunyai keterbatasan biaya untuk membuat layanan pesan antar. Pemilik usaha UMKM tidak perlu menyiapkan transportasi untuk menggunakan jasa pengiriman. Oleh karena itu, pengusaha dapat mengirimkan produk mereka tanpa harus mencari atau membayar biaya SDM. Yang lebih mencengangkan lagi, pemilik bisnis dapat menawarkan produk mereka tanpa lokasi fisik. Go-Food memungkinkan target pasar untuk tumbuh juga. Saat ini terdapat sekitar 2 juta kendaraan beroda dua beserta drivernya yang bekerja sama dengan GO-JEK yang dapat digunakan untuk layanan pesan-antar makanan. Cukup mendaftarkan unit usaha kita di GO-JEK supaya usaha kita dapat ditampilkan di fitur Go-Food, tidak lupa juga untuk memenuhi segala persyaratan yang dibutuhkan. (Gojek, 2018)

Pengguna aplikasi ini dapat memesan menu apa saja dari berbagai restoran berkat ketersediaan aplikasi GO-JEK yang juga menawarkan layanan Go-Food. Usaha mikro kecil dan menengah tanpa layanan pesan antar makanan dapat ikut mengembangkan pasar mereka untuk bersaing dengan restoran waralaba kelas dunia.

Menurut informasi yang diberikan oleh VP Corporate Affairs Food Ecosystem Gojek Rosel Lavina sebagai salah satu pemimpin pasar layanan pesan antar makanan secara daring, sudah ada 1.000.000 restoran yang telah bergabung dengan Go-Food, yang mana 99% adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Indonesia. Menurut data GO-JEK, sejak menjadi mitra Go-Food, penjualan di sektor makanan kecil dan menengah melonjak 345 persen. (Ahmad, 2022)

Pertumbuhan terjadi di sisi produksi maupun di sisi konsumen. Pengusaha kuliner kecil dan menengah memiliki potensi agar operasinya berkembang dengan adanya Go-Food. GO-JEK, yang menawarkan layanan Go-Food, saat ini tersedia di 178 lokasi, dan lebih dari 1.000.000 perusahaan yang terkait dengan makanan, mulai dari pedagang kaki lima hingga restoran, telah bergabung. (Palupi, 2019)

Berdasarkan informasi di atas, peneliti bertujuan untuk untuk mengetahui sejauhmana dampak yang diberikan layanan pesan-antar makanan secara daring melalui aplikasi terhadap pertumbuhan penjualan pemilik usaha kuliner halal, khususnya bagi para pengusaha kuliner halal wilayah Depok yang terdaftar pada fitur go-food aplikasi gojek.

METODE PENELITIAN

Populasi, Sample, dan Variable

Populasi dari penelitian ini adalah 110 pengusaha kuliner halal pada fitur layanan Go-Food dalam radius 1 kilometer dari kediaman peneliti di Depok. Dengan ukuran sampel yang digunakan yaitu

lebih dari 30 dan kurang dari 500, sehingga peneliti akan menggunakan 40 pengusaha kuliner halal yang terdaftar di Go-Food Depok sebagai sampel. Dimana penelitian yang dilakukan kali ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yang menggunakan data primer. Dalam hal ini, penelitian yang dilakukan membutuhkan laporan data primer yang diperoleh melalui wawancara. (Sartika, 2016)

Instrumen Penelitian

Ada beberapa teknik pengumpulan data yang umum digunakan dalam penelitian seperti wawancara, kuesioner, observasi, dan tes. Data yang digunakan pada kuesioner penelitian ini menggunakan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial (Sugiyono 2012).

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data untuk menjawab hipotesis penelitian kali ini, peneliti menggunakan analisis regresi sederhana. (Kurniawan, 2014) Dalam penelitian ini analisis menggunakan bantuan program SPSS versi 27 Persamaan umum dari regresi liner sederhana adalah:

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

HASIL DAN PEMBAHASAN

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2,322	2,276		-1,020	,314
	Layanan Pesan Antar Makanan	1,052	,104	,854	10,119	<,001

a. Dependent Variable: Pertumbuhan Penjualan

Sumber: Data diolah SPSS 27, 2023

Tabel 4. 1 Hasil Uji Regresi Sederhana

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,854 ^a	,729	,722	1,818

a. Predictors: (Constant), Layanan Pesan Antar

Sumber: Data diolah SPSS 27, 2023

Tabel 4. 2 Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil perhitungan data, hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan pesan antar berdampak positif terhadap peningkatan pendapatan pengusaha kuliner halal yang terdaftar di Go-Food Depok. Hal ini berdasarkan hasil uji t untuk variabel layanan pesan antar dengan diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($10,119 > 2,021$) dan nilai sig $< \alpha$ ($0,006 < 0,05$). Sehingga H_a yang menyatakan bahwa “variabel layanan pesan antar berdampak terhadap pertumbuhan penjualan diterima”.

Layanan pesan antar sebelumnya hanya dimiliki oleh restoran-restoran besar yang memiliki standar pelayanan prima dan ternama. Dapat dipastikan bahwa dengan hadirnya

layanan pesan antar akan memberikan pelanggan kemudahan untuk memesan suatu makanan atau minuman di suatu restoran tanpa harus datang langsung ke restoran tersebut. Tetapi syarat sebuah restoran untuk dapat menghadirkan layanan pesan antar adalah harus memiliki kendaraan atau pengemudinya untuk menjadi seorang kurir antar, jelas ini memerlukan biaya tambahan karena harus menggaji beberapa karyawan yang menjadi kurir antar.

Hadirnya fitur Go-Food pada aplikasi GO-JEK dipandang lebih memberikan kemudahan bagi sebuah restoran yang ingin menghadirkan fasilitas layanan pesan antar tanpa harus menggaji karyawan lagi. Bahkan tidak hanya restoran ternama saja, usaha kuliner UMKM juga dapat memiliki layanan kurir antar ini dengan cara bermitra dengan GO-JEK/Go-Food. Hal ini tentu saja membantu usaha-usaha kuliner skala besar maupun UMKM untuk memperluas pemasarannya melalui layanan Go-Food ini, sehingga pertumbuhan penjualan akan dapat dirasakan. Sejalan dengan penelitian ini yang membuktikan bahwa layanan pesan antar (Go-Food) berdampak terhadap pertumbuhan penjualan.

Menurut Pak Djuar, Go-Food memberikan kemudahan bagi usahanya untuk lebih maju dengan layanan pesan antar. Walaupun usahanya adalah usaha kaki lima ataupun UMKM, tetapi dapat dengan mudah dikenal oleh masyarakat luas dan bersaing dengan usaha lainnya akibat layanan Go-Food yang secara tidak langsung mempromosikan produk usahanya. Pertumbuhan penjualan dan pendapatan pun dirasakan oleh usaha Pak Djuar dibandingkan sebelum bergabung dengan layanan Go-Food.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian M. Yogi Pratama yang berjudul “Pengaruh Layanan *Food Delivery* terhadap Peningkatan Penjualan Pengusaha Kuliner di Jambi”. Hasil penelitian adalah bahwasanya secara simultan Layanan *Food Delivery* berpengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan pengusaha kuliner di Jambi. Hal ini ditunjukkan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,931 > 2,021$) dan $sig < \alpha$ ($0,006 < 0,05$).

Dampak positif layanan pesan antar terhadap pertumbuhan penjualan pengusaha kuliner yang terdaftar di Go-Food/GO-JEK Depok menunjukkan bahwa bermitra dengan Go-Food akan berdampak pada pertumbuhan penjualan karena promosi produk didalam aplikasi menyebabkan jangkauan pasar semakin meluas.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai dampak layanan pesan antar secara daring melalui aplikasi terhadap pertumbuhan penjualan pengusaha kuliner halal (studi pada pengusaha kuliner yang terdaftar di Go-Food/GO-JEK Depok), maka dapat ditarik kesimpulan bahwa layanan pesan antar memiliki dampak positif terhadap pertumbuhan penjualan pengusaha kuliner halal yang terdaftar di Go-Food/GO-JEK Depok. Hal ini ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($10,119 > 2,021$), nilai $sig < \alpha$ ($0,001 < 0,05$), dan nilai R^2 0,729 menunjukkan bahwasanya layanan pesan antar memberikan dampak sebesar 72,9% terhadap pertumbuhan penjualan pengusaha kuliner halal, sedangkan sisanya sebesar 27,1% lainnya dipengaruhi oleh variable lain.

Hasil penelitian ini sesuai dengan asumsi penelitian ini yang menyatakan bahwa terdapat dampak signifikan layanan pesan antar secara daring melalui aplikasi terhadap pertumbuhan penjualan pengusaha kuliner halal (studi pada pengusaha kuliner yang terdaftar di Go-Food/GO-JEK Depok).

SARAN

Berdasarkan kesimpulan diatas maka saran yang penulis ajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi pihak GO-JEK di harapkan dapat lebih mengembangkan layanan-layanan yang

ada di aplikasi terutama layanan Go-Food ini. Karena layanan ini sangat memudahkan masyarakat atau pengguna untuk memesan makanan ataupun minuman secara daring, dan juga memberikan manfaat bagi mitra Go-Food untuk perkembangan dan promosi usahanya.

2. Bagi Masyarakat, layanan Go-Food merupakan peluang bisnis yang menjanjikan pada saat ini, diharapkan bagi masyarakat yang belum memiliki usaha atau sudah memiliki usaha namun belum mendaftarkan usahanya di Go-Food agar dapat segera bergabung dengan mitra Go-Food. Karena sudah dibuktikan bahwa Go-Food merupakan salah satu metode yang efektif untuk mempromosikan suatu usaha. Dengan demikian diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan dan juga dapat membantu mengurangi tingkat kemiskinan maupun tingkat pengangguran.
3. Penelitian selanjutnya, diharapkan lebih mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi pertumbuhan penjualan. Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain dalam meneliti peningkatan penjualan pengusaha kuliner, atau mengambil pembahasan tentang Go-Food.

REFERENSI

- Ahmad, S. thovan. (2022). Punya 1 Juta Mitra, GoFood Siap Bersaing. In *Bisnis.com*.
- Alifia, O. N. (n.d.). *Punya 3,7 Juta Mitra GoRide, GoCar, atau GoFood, Siapa Raih Cuan Terbesar Usai Pandemi_ _ Dream*.
- Ali, R., & Campion, M. A. (2016). E-commerce adoption in Malaysia: a qualitative study of small and medium-sized enterprises. *International Journal of Electronic Business Management*, 14(2), 107–117.
- Almariah, E. E. S. N. (2019). Pengaruh Layanan Go-Food, Harga Dan Jumlah Order Terhadap Omzet Bisnis Kuliner Di Kota Jambi. *Jurnal Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(2). <http://repository.uinjambi.ac.id/id/eprint/1348>
- Alserhan, B. A., Tarhini, A., & Azzam, M. (2017). E-commerce adoption in the Arab world: a study on acceptance factors in Saudi Arabia. *Journal of Electronic Commerce Research*, 18(2), 146–167.
- Bimakusuma, A. R. (2019). Peran Teknologi Informasi dalam Perkembangan Industri. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 17(1), 1–18.
- Cahya, Agus Dwi, B., Mahdianto F., Martha, Dimas, Prasetianto, S. (2021). Analisis layanan go-food dalam meningkatkan penjualan pada kuliner di yogyakarta Analysis of go-food services in increasing sales of culinary in Yogyakarta. *Jurnal Manajemen*, 13(2), 264–272.
- Chandra, G. (2001). Pemasaran Global. ANDI OFFSET.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage publications.
- Fadilah, F. , & H. (2021). Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Pendidikan di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 5(1), 1–11.
- Fahri, L. M. (2017a). Strategi Marketing Public Relations Go-Food dalam Pembentukan Citra Perusahaan di Kota Surabaya. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1, 1–10.
- Fahri, L. M. (2017b). Strategi Marketing Public Relations Go-Food dalam Pembentukan Citra Perusahaan di Kota Surabaya. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1, 1–10. <http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-comm8eddea96e5full.pdf>
- Firdausa, R. (2012). Pengaruh Modal Awal , Lama Usaha Dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan.
- Gojek. (2018). Gojek Super App: Ojek Online, Taksi Online, Pesan Makan, Kirim Barang, Pembayaran. In Gojek ID.
- Gojek. (2020). Cara Daftar GoFood Secara Online 2020 & Biaya Pendaftarannya. In Gojek.
- Halim, A. dan T. P. (2005). *Bisnis e-commerce: studi sistem keamanan Indonesia*.
- Holtz, H. (2000). 100 Cara meningkatkan keuntungan perusahaan anda.
- Husna, V. (2022). Pengaruh layanan food delivery (go-food) terhadap penjualan usaha kuliner ditinjau menurut ekonomi syariah (studi kasus go-food di kecamatan payung sekaki kota pekanbaru).

- Ibnu Katsir. (2023, June 13). Tafsir Ibnu Katsir Surat Al-Baqarah, ayat 168-169. 2015.
- Indah Pratiwi, A. (2019). TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP JASA DELIVERY ORDER. Kementrian agama RI. (2019). Quran Kemenag. In Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an.
- Kothari, C. R. (2004). Research Methodology: Methods and Techniques. New Age International.
- Kurniawan, A. (2014). Open Library - Metode Riset untuk Ekonomi & Bisnis: Teori, Konsep & Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengelolaan Data dengan IBM SPSS 22.0).
- Kurniawati, N. (2020). Pengaruh Digital Marketing , Aplikasi Layanan Pesan Antar Makanan , dan Harga terhadap Volume Penjualan UMKM di Kota Semarang Sales Volume in Semarang City. Prosiding Seminar Nasional Unimus, 3, 1105–1114.
- Nawawi, I. (2012). Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer. Galia Indonesia.
- Noegroho, B. (2016). Pengantar Statistika Ekonomi dan Bisnis.
- Nur, M. (2016). Nilai-Nilai Pendidikan Islam Dalam Tradisi Ojung Pada Masyarakat Desa Tongas Kulon Probolinggo. IAIN Jember, 4(1), 1–23.
- Nurul Az-zahra, H., Aries Tanya, V., & Cipta Apsari, N. (2021). LAYANAN ONLINE FOOD DELIVERY DALAM MEMBANTU MENINGKATKAN PENJUALAN PADA USAHA MIKRO (Vol. 2, Issue 2).
- Oni Sahroni. (2018). Fikih Muamalah Dinamika Teori Akad dan Implementasinya dalam Ekonomi Syariah. PT. Raja Grafindo Persada.
- Oni Sahroni. (2020). Fikih Muamalah Kontemporer (Membahas Permasalahan Sosial dan Ekonomi). Republika.
- Palahuddin, A. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Keputusan Penggunaan Jasa GO-FOOD di Kota Bogor.
- Palupi, D. H. (2019). Membedah Booming Go-Food dan GrabFood. In Swa.Co.Id. Perpustakaan Bappenas. (2023, June 13). <https://perpustakaan.bappenas.go.id/lontar/file?file=digital/blob/F360/Menteri%25Agama.htm>.
- Prapti, Rr. L., & Rahoyo. (2018). Dampak Bisnis Kuliner Melalui Go Food Bagi Pertumbuhan Ekonomi di Kota Semarang Rr . Lulus Prapti NSS , SE , Msi Rahoyo , SE ., MM commerce. 20(2), 120–133.
- Prasetyo, B. dan L. M. Jannah. (2006). Motode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi. PT Raja Grafindo Persada.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2014). METODE PENELITIAN MANAJEMEN (Setyawami, Ed.; Cetakan Ke-3, Vol. 3). Alfabeta.
- Raharjo, S. (2017). Panduan Lengkap Uji Analisis Regresi Linear Sederhana dengan SPSS. In Diambil dari <http://www.spssindonesia.com/2017/03/uji-analisisregresi-linear-sederhana.html> pada Selasa (Vol. 5).
- Santoso, S. (2016). SISTEM TRANSAKSI E-COMMERCE DALAM PERSPEKTIF KUH PERDATA DAN HUKUM ISLAM.
- Saprida. (2016). Akad Salam Dalam Transaksi Jual Beli *. 4(1), 121–130.
- Sartika, M. (2016). Pengaruh Pendayagunaan Zakat Produktif terhadap Pemberdayaan Mustahiq pada LAZ Yayasan Solo Peduli Surakarta. Pengaruh Pendayagunaan Zakat Produktif Terhadap Pemberdayaan Mustahiq Pada LAZ Yayasan Solo Peduli Surakarta, II(1), 75–89. <https://doi.org/10.2118/181810-ms>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Research Methods for Business: A Skill Building Approach. John Wiley & Sons.
- Sujarwani, V. W. (2015). Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi | Catholic University of De La Salle Manado (p. 256).
- Teguh, M. (2005). Metodologi Penelitian Ekonomi: Teori dan Aplikasi (p. 58).
- Tumpuan, A. (2020). Peranan Aplikasi Go Food Terhadap Perkembangan Bisnis Kuliner. TOURISM: Jurnal Travel, Hospitality, Culture, Destination, and MICE, 3(1), 26–30.
- Walbahri, M. (2018). Pengaruh strategi pemasaran menggunakan aplikasi go-food terhadap peningkatan volume penjualan. UNIVERSITAS ALMA ATA.

- Wiajayanti, D. A., & Hidayat, A. (2020). Pengaruh Penggunaan Teknologi Informasi terhadap Kinerja Karyawan. *JBE*, 27(1), 1–14.
- Wirtz, C. L. dan J. (2010). *Pemasaran Jasa*. Erlangga.
- Yulia Iriani, T. (2018). Analisis dampak layanan go-food terhadap omzet penjualan rumah makan di kota bandung.