

**ANALISIS KUALITAS INFORMASI DAN METODE PEMBAYARAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN APLIKASI LAYANAN PESAN ANTAR MAKANAN
(STUDI KASUS PELANGGAN *SHOPEE-FOOD* DAN *GO-FOOD*)** ✓



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Akuntansi

Oleh:
Angelique Maya Kristyanda
6042001048

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA AKUNTANSI
Terakreditasi oleh LAMEMBA No. 522/DE/A.5/AR.10/VII/2023
BANDUNG
2024

**ANALYSIS OF INFORMATION QUALITY AND PAYMENT METHODS ON
CUSTOMER SATISFACTION OF FOOD DELIVERY SERVICE APPLICATIONS
(CASE STUDY OF SHOPEE-FOOD AND GO-FOOD CUSTOMERS)** ✓



UNDERGRADUATE THESIS

*Submitted to complete part of the requirements
for Bachelor's Degree in Accounting*

By
Angelique Maya Kristyanda
6042001048

PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS
PROGRAM IN ACCOUNTING
Accredited based on the LAMEMBA No. 522/DE/A.5/AR.10/VII/2023
BANDUNG
2024

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA AKUNTANSI**



PERSETUJUAN SKRIPSI

**ANALISIS KUALITAS INFORMASI DAN METODE PEMBAYARAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN APLIKASI LAYANAN PESAN ANTAR MAKANAN
(STUDI KASUS PELANGGAN SHOPEE-FOOD DAN GO-FOOD)**

Oleh:

Angelique Maya Kristyanda

6042001048

Bandung, Januari 2024

Ketua Program Sarjana Akuntansi,

Monica Paramita Ratna Putri Dewanti, S.E., M.Ak., CertDA.

Pembimbing Skripsi,

Prof. Dr. Hamfri Djajadikerta, Drs., Ak., M.M., CMA.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama (*sesuai akte lahir*) : Angelique Maya Kristyanda
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 9 Juni 2002
NPM : 6042001048
Program studi : Akuntansi
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

Analisis Kualitas Informasi dan Metode Pembayaran terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Layanan Pesan Antar Makanan (Studi Kasus Pelanggan Shopee-Food Dan Go-Food)

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan : Prof. Dr. Hamfri Djajadikerta, Drs., Ak., M.M., CMA.

Adalah benar-benar karyatulis saya sendiri;

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut, plagiat (Plagiarism) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak keserjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) UU No 20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik, profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya. Pasal 70 Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana penjara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,

Dinyatakan tanggal Januari 2024

Pembuat pernyataan :



(Angelique Maya Kristyanda)

ABSTRAK

Industri layanan pesan antar makanan *online* mulai berkembang dan menjadi *tren* sejak pandemi Covid-19. Pada saat itu banyak masyarakat yang menggunakan aplikasi pesan antar makanan *online* untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Sejak saat itu pesan antar makanan *online* menjadi kebiasaan yang dilakukan sampai saat ini. Maka dari itu diperlukan aplikasi yang memadai dan menarik agar konsumen dapat memilih menggunakan layanan pesan antar makanan *online*. Gojek merupakan aplikasi pertama yang meluncurkan Go-Food sejak 2015, sedangkan Shopee baru meluncurkan Shopee-Food pada tahun 2020. Hal ini dapat menjadi persaingan antara aplikasi yang lama dengan *competitor* yang baru. Maka diperlukan keunggulan dari setiap aplikasi tersebut mulai dari kualitas informasi dan metode pembayaran yang ditawarkan dalam mendapatkan kepuasan pelanggan.

Informasi yang diterapkan pada setiap aplikasi berpengaruh pada pemilihan pengguna. Diperlukan 6 indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas informasi. Metode pembayaran yang ditawarkan akan mempengaruhi pengambilan keputusan pengguna karena setiap pengguna memiliki cara masing-masing dalam bertransaksi. Pengukuran metode pembayaran dengan 4 indikator. Penilaian ini dapat mengetahui bagaimana kepuasan pelanggan antara Shopee-Food dan Go-Food.

Penelitian ini menggunakan data primer dengan penyebaran kuesioner kepada mahasiswa aktif dari berbagai perguruan tinggi di Bandung. Data yang terkumpul kemudian dianalisis secara kualitatif dan kuantitatif. Data yang diolah secara kualitatif menggunakan analisis deskriptif. Data yang diolah secara kuantitatif menggunakan *software SPSS 25* dengan pengujian validitas, uji reliabilitas, dan uji independent sample test (uji beda t-test).

Dari penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa (1) terdapat perbedaan yang signifikan antara kualitas informasi Shopee-Food dan Go-Food, (2) terdapat perbedaan yang signifikan antara metode pembayaran Shopee-Food dan Go-Food, (3) terdapat perbedaan yang signifikan antara kepuasan pelanggan Shopee-Food dan Go-Food. Maka dari itu diberikan beberapa saran dengan penambahan detail *traffic maps* saat pengiriman, pengurangan penerimaan *double order*, penambahan metode pembayaran transfer bank, melakukan pemeriksaan berulang oleh konsumen sebelum *order*, dan melakukan *update* pada ketersediaan produk oleh *merchant*. Hal ini dapat membantu meningkatkan dalam pemilihan antara Shopee-Food dan Go-Food pada pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas informasi ; metode pembayaran; kepuasan pelanggan; aplikasi pesan antar makanan.

ABSTRACT

The online food delivery service industry began to develop and has become a trend since the COVID-19 pandemic. At that time many people used online food delivery applications to fulfill their daily needs. Since then online food delivery has become a habit that has been carried out until now. Therefore, an adequate and attractive application is needed so that consumers can choose to use online food delivery services. Gojek is the first application to launch Go-Food since 2015, while Shopee only launched Shopee-Food in 2020. This can be a competition between old applications and new competitors. So the advantages of each application are needed starting from the quality of the information and payment methods offered to getting customer satisfaction.

The information applied to each application affects user selection. It takes six indicators to measure the quality of the information. And also the payment methods offered will affect user decision making because each user has their own way of transacting. Measurement of payment methods with four indicators. This assessment can help determine customer satisfaction between Shopee-Food and Go-Food.

This study uses primary data by distributing questionnaires to active students from various universities in Bandung. The collected data collected was then analyzed qualitatively and quantitatively. Qualitatively processed data using descriptive analysis. Data processed quantitatively using SPSS 25 software with validity testing, reliability testing, and independent sample test (t-test).

From the research that has been done, it can be concluded that (1) there is a significant difference between Shopee-Food and Go-Food information quality, (2) there is a significant difference between Shopee-Food and Go-Food payment methods, (3) there is a significant difference between Shopee-Food and Go-Food customer satisfaction. Therefore, several suggestions are given including adding detailed traffic maps during delivery, reducing the receipt of double orders, adding bank transfer payment methods, conducting repeated checks by consumers before ordering, and updating product availability by merchants. This can help improve the choice between Shopee-Food and Go-Food for customers.

Keywords: *Information quality; payment method; customer satisfaction; food delivery app*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan yang Maha Esa berkat karunia dan rahmat-Nya, skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini berjudul “Analisis Kualitas Informasi dan Metode Pembayaran terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Layanan Pesan Antar Makanan (Studi Kasus Pelanggan *Shopee-Food* Dan *Go-Food*)” diajukan sebagai syarat untuk menyelesaikan studi pada tingkat Sarjana Ekonomi pada Program Studi Akuntansi Universitas Katolik Parahyangan.

Selama masa studi di perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini, peneliti sangat bersyukur karena memperoleh bimbingan dan dukungan dari beberapa pihak. Oleh karena itu peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat, rahmat, dan penyertaan-Nya peneliti mampu melalui proses belajar dan penelitian hingga penyusunan tugas akhir ini dengan baik.
2. Keluarga peneliti, Ibu Agnes Triastuti Setyaningsih, Bapak Petrus Riyadi Subagya, dan saudara peneliti Filipus Kristyanto Adiprasetya atas dukungan, doa, dan perhatian sehingga dapat menempuh Pendidikan dari kecil hingga kuliah di UNPAR ini.
3. Ibu Monica Pramita Ratna Putri Dewanti, S.E., M.Ak., CertDAs selaku Kepala Program Studi Akuntansi Universitas Katolik Parahyangan Bandung.
4. Bapak Prof. Dr. Hamfri Djajadikerta, Drs., Ak., M.M., CMA. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing peneliti dari awal pembuatan skripsi sampai akhir.
5. Ibu Damajanti Tanumihardja, SE., M.Ak selaku dosen wali yang telah memberikan bimbingan dan bantuan selama proses perkuliahan.
6. Seluruh dosen pengajar Akuntansi UNPAR yang telah berkontribusi dalam proses perkuliahan maupun proses skripsi peneliti.
7. Seluruh dosen penguji skripsi dalam sidang sarjana yang telah memberikan saran dan masukan bagi peneliti.
8. Teman sejak SMA yaitu Theresia Vianney, Erica Rubetta, Abigail Ariela yang menemani dan menyemangati selama masa suka duka di perkuliahan.

9. Teman-teman Bellatrix yang selalu mendukung satu sama lain dari SMA sampai kuliah ini.
10. Teman perkuliahan penulis yaitu Vanessa Margaretha, Aurelia Marvetta, Sesilia Sheryl, Marcella Aurelia, Audrey Aurellia, Winnie Widisya, Agnes Regina, Karina Wijayanti, Satrio Febrian, dan teman-teman lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang menemani dan sebagai teman perjuangan selama masa perkuliahan.
11. Seluruh staf Universitas Katolik Parahyangan yang telah berkontribusi dalam proses perkuliahan maupun proses skripsi peneliti.
12. Para responden yang telah bersedia meluangkan waktunya dalam pengisian kuesioner untuk penelitian ini.
13. Blackpink sebagai salah satu idol yang saya sukai yang lagu-lagunya menemani saat pembuatan skripsi ini sehingga menambah *mood* saya saat mengerjakannya.
14. Semua pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu per satu, namun telah mendukung bahkan berkontribusi terhadap peneliti dalam menyelesaikan studi maupun tugas akhir ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi yang disusun ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti terbuka untuk kritik dan saran yang membangun dari para pembaca sehingga sebagai bahan evaluasi bagi peneliti. Akhir kata peneliti ingin mengucapkan maaf jika ada kata-kata yang kurang berkenan dan terima kasih ,semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat.

Bandung, Januari 2024



Angelique Maya Kristyanda

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Kegunaan Penelitian.....	4
1.5 Kerangka Pemikiran	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Kualitas.....	7
2.1.1. Definisi Kualitas	7
2.1.2. Perspektif Kualitas	7
2.1.3. Manfaat kualitas.....	8
2.2. Informasi	8
2.3. Kualitas Informasi	9
2.3.1. Pengertian Kualitas Informasi	9
2.3.1. Dimensi Kualitas Informasi.....	9
2.4. Metode Pembayaran	10

2.4.1 Pengertian Metode	10
2.4.2. Pengertian Metode Pembayaran	10
2.4.3. Dimensi Metode Pembayaran.....	11
2.5. Kepuasan Pelanggan.....	12
2.5.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	12
2.5.2. Dimensi Kepuasan Pelanggan	12
BAB 3 METODE DAN OBJEK PENELITIAN	13
3.1 Metode Penelitian.....	13
3.2 Variabel Penelitian	13
3.3. Teknik Pengumpulan Data	13
3.4. Populasi dan Sampel	14
3.5. Teknik Pengolahan Data	15
3.8. Kerangka Penelitian	18
3.9. Objek Penelitian	19
3.8.1 Shopee-Food.....	19
3.8.2 Go-Food.....	23
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	28
4.1. Analisis Deskriptif.....	28
4.1.1.Hasil rekapulasi dan analisis bagian pertama kuesioner mengenai identitas responden.....	28
4.1.2. Hasil rekapulasi dan analisis bagian kedua kuesioner mengenai Shopee-food dan Go-Food	34
4.1.3. Hasil rekapulasi dan analisis bagian ketiga mengenai kualitas informasi Shopee-Food dan Go-Food.....	46

4.1.4. Hasil rekapitulasi dan analisis bagian keempat mengenai metode pembayaran Shopee-Food dan Go-Food.....	53
4.1.5. Hasil rekapitulasi dan analisis bagian kelima mengenai kepuasan pelanggan Shopee-Food dan Go-Food.....	58
4.2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	61
4.2.1. Hasil Uji Validitas.....	61
4.2.2. Hasil Uji Reliabilitas.....	62
4.3. Hasil Uji Independent Sample T-Test (Uji Beda)	62
4.4. Keterbatasan Penelitian	64
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	65
5.1. Kesimpulan.....	65
5.2. Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	68

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Penilaian skala likert	15
Tabel 4.1. Penilaian kualitas informasi dimensi mudah dipahami pertanyaan 1	46
Tabel 4.2 Penilaian kualitas informasi dimensi mudah dipahami pertanyaan 2	47
Tabel 4.3. Penilaian kualitas informasi dimensi kelengkapan pertanyaan 3	48
Tabel 4.4. Penilaian dimensi kelengkapan pertanyaan 4	48
Tabel 4.5. Penilaian dimensi kelengkapan pertanyaan 9	49
Tabel 4.6. Penilaian kualitas informasi dimensi ketersediaan pertanyaan 5	50
Tabel 4.7. Penilaian kualitas informasi dimensi ketersediaan pertanyaan 7	51
Tabel 4.8. Penilaian dimensi relevan pertanyaan 6	51
Tabel 4.9. Penilaian kualitas informasi dimensi tepat waktu pertanyaan 8	52
Tabel 4.10. Penilaian kualitas informasi dimensi akurasi pertanyaan 10	53
Tabel 4.11. Penilaian metode pembayaran dimensi efisien pertanyaan 1	54
Tabel 4.12. Penilaian metode pembayaran dimensi efisien pertanyaan 4	54
Tabel 4.13. Penilaian metode pembayaran dimensi efisien pertanyaan 7	55
Tabel 4.14. Penilaian metode pembayaran dimensi kenyamanan pertanyaan 2	56
Tabel 4.15. Penilaian metode pembayaran dimensi kenyamanan pertanyaan 6	56
Tabel 4.16. Penilaian metode pembayaran dimensi keandalan pertanyaan 3	57
Tabel 4.17. Penilaian metode pembayaran dimensi keandalan pertanyaan 5	58
Tabel 4.18. Penilaian kepuasan pelanggan pertanyaan 1	58
Tabel 4.19. Penilaian kepuasan pelanggan pertanyaan 2	59
Tabel 4.20. Penilaian kepuasan pelanggan pertanyaan 3	59
Tabel 4.21. Penilaian kepuasan pelanggan pertanyaan 4	60
Tabel 4.22. Hasil Uji validitas kualitas informasi	61
Tabel 4.23. Hasil Uji validitas metode pembayaran	61
Tabel 4.24. Hasil Uji validitas kepuasan pelanggan	61
Tabel 4.25. Hasil Uji reliabilitas	62
Tabel 4.26 Hasil uji independent kualitas informasi	62
Tabel 4.27. hasil uji independent metode pembayaran	63
Tabel 4.28. Hasil uji independent kepuasan pelanggan	63

Tabel 4.1. Penilaian kualitas informasi dimensi mudah dipahami pertanyaan 1	46
Tabel 4.2 Penilaian kualitas informasi dimensi mudah dipahami pertanyaan 2	47
Tabel 4.3. Penilaian kualitas dimensi dimensi kelengkapan pertanyaan 3	48
Tabel 4.4. Penilaian dimensi kelengkapan pertanyaan 4	48
Tabel 4.5. Penilaian dimensi kelengkapan pertanyaan 9	49
Tabel 4.6. Penilaian kualitas informasi dimensi ketersediaan pertanyaan 5	50
Tabel 4.7. Penilaian kualitas informasi dimensi ketersediaan pertanyaan 7	51
Tabel 4.8. Penilaian dimensi relevan pertanyaan 6	51
Tabel 4.9. Penilaian kualitas informasi dimensi tepat waktu pertanyaan 8	52
Tabel 4.10. Penilaian kualitas informasi dimensi akurasi pertanyaan 10	53
Tabel 4.11. Penilaian metode pembayaran dimensi efisien pertanyaan 1	54
Tabel 4.12. Penilaian metode pembayaran dimensi efisien pertanyaan 4	54
Tabel 4.13. Penilaian metode pembayaran dimensi efisien pertanyaan 7	55
Tabel 4.14. Penilaian metode pembayaran dimensi kenyamanan pertanyaan 2	56
Tabel 4.15. Penilaian metode pembayaran dimensi kenyamanan pertanyaan 6	56
Tabel 4.16. Penilaian metode pembayaran dimensi keandalan pertanyaan 3	57
Tabel 4.17. Penilaian metode pembayaran dimensi keandalan pertanyaan 5	58
Tabel 4.18. Penilaian kepuasan pelanggan pertanyaan 1	58
Tabel 4.19. Penilaian kepuasan pelanggan pertanyaan 2	59
Tabel 4.20. Penilaian kepuasan pelanggan pertanyaan 3	59
Tabel 4.21. Penilaian kepuasan pelanggan pertanyaan 4	60
Tabel 4.22. Hasil Uji validitas kualitas informasi	61
Tabel 4.23. Hasil Uji validitas metode pembayaran	61
Tabel 4.24. Hasil Uji validitas kepuasan pelanggan	61
Tabel 4.25. Hasil Uji reliabilitas	62
Tabel 4.26 Hasil uji independent kualitas informasi	62
Tabel 4.27. Hasil uji independent metode pembayaran	63
Tabel 4.28. Hasil uji independent kepuasan pelanggan	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Nilai Transaksi Bruto <i>Online</i> Food Delivery di 6 Negara ASEAN (2022) ..1	
Gambar 1.2. Aplikasi pesan antar makanan paling banyak digunakan di Indonesia per April 2023	2
Gambar 3.1. Kerangka penelitian.....	18
Gambar 3.2. Tampilan awal Shopee	19
Gambar 3.3. Tampilan awal Shopee-Food.....	20
Gambar 3.4. Tampilan salah satu merchant Shopee-Food.....	21
Gambar 3.5. Tampilan konfirmasi pesanan Shopee-Food	21
Gambar 3.6. Tampilan metode pembayaran Shopee-Food.....	22
Gambar 3.7. Tampilan awal Gojek	23
Gambar 3.8. Tampilan awal Go-Food	24
Gambar 3.9. Tampilan salah satu merchant Go-Food.....	25
Gambar 3.10. Tampilan rangkuman pesanan Go-Fodo	25
Gambar 3.11. Tampilan metode pembayaran Go-Food.....	26
Gambar 4.1. Jenis kelamin responden.....	28
Gambar 4.2. Jenis kelamin responden Shopee-Food dan Go-Food	29
Gambar 4.3. Usia responden Shopee-Food dan Go-Food.....	30
Gambar 4.4. Asal universitas responden Shopee-Food	31
Gambar 4.5. Asal Universitas responden Go-Food	32
Gambar 4.6. Kota domisili responden Shopee-Food dan Go-Food.....	33
Gambar 4.7. Pengguna Shopee-Food dan Go-Food.....	33
Gambar 4.8. Penggunaan Shopee-Food sebulan.....	34
Gambar 4.9. Penggunaan Go-Food sebulan.....	35
Gambar 4.10. Waktu pembelian Shopee-Food	36
Gambar 4.11. Waktu pembelian Go-Food	37
Gambar 4.12. Sumber informasi Shopee-Food.....	38
Gambar 4.13. Sumber informasi Go-Food.....	39
Gambar 4.14. Produk dibeli responden Shopee-Food	40

Gambar 4.15. Produk dibeli responden Go-Food	40
Gambar 4.16. Alasan utama responden membeli Shopee-Food	41
Gambar 4.17. Alasan utama responden membeli Go-Food	42
Gambar 4.18. Metode pembayaran responden Shopee-Food	43
Gambar 4.19. Metode pembayaran responden Go-Food	44
Gambar 4.20. Masalah responden menggunakan Shopee-Food	45
Gambar 4.21. Masalah responden Go-Food	46

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Kualitas Informasi, Metode Pembayaran dan Kepuasan Pelanggan Shopee-Food / Go-Food
- Lampiran 2. Hasil kuesioner informasi responden bagian pertama
- Lampiran 3. Hasil Kuesioner Identitas responden bagian kedua
- Lampiran 4. Rekapitulasi Hasil Kuesioner Kualitas Informasi Terkait Dimensi mudah dipahami (*comprehensibility*)
- Lampiran 5. Rekapitulasi Hasil Kuesioner Kualitas Informasi Terkait Dimensi kelengkapan (*completeness*)
- Lampiran 6. Rekapitulasi Hasil Kuesioner Kualitas Informasi Terkait Dimensi ketersediaan (*availability*)
- Lampiran 7. Rekapitulasi Hasil Kuesioner Kualitas Informasi Terkait Dimensi relevan (*relevance*)
- Lampiran 8. Rekapitulasi Hasil Kuesioner Kualitas Informasi Terkait Dimensi tepat waktu (*timelines*)
- Lampiran 9. Rekapitulasi Hasil Kuesioner Kualitas Informasi Terkait Dimensi akurasi (*accuracy*)
- Lampiran 10. Rekapitulasi Hasil Kuesioner terkait Kritik dan Saran Kualitas Informasi
- Lampiran 11. Rekapitulasi Hasil Kuesioner Metode Pembayaran Terkait Dimensi efisien (*efficiency*)
- Lampiran 12. Rekapitulasi Hasil Kuesioner Metode Pembayaran Terkait Dimensi kenyamanan (*convenience*)
- Lampiran 13. Rekapitulasi Hasil Kuesioner Metode Pembayaran Terkait Dimensi keandalan (*reliability*)
- Lampiran 14. Rekapitulasi Hasil Kuesioner terkait Kritik dan Saran Metode Pembayaran
- Lampiran 15. Rekapitulasi Hasil Kuesioner terkait Kepuasan Pelanggan
- Lampiran 16. Uji Validitas Kualitas Informasi
- Lampiran 17. Uji Validitas Metode Pembayaran
- Lampiran 18. Uji Validitas Kepuasan Pelanggan
- Lampiran 19. Uji Reliabilitas Kualitas Informasi

Lampiran 20. Uji Reliabilitas Metode Pembayaran

Lampiran 21. Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan

Lampiran 22. Uji Independen Sample test Kualitas Informasi

Lampiran 23. Uji Independen Sample test Metode Pembayaran

Lampiran 24. Uji Independen Sample test Kepuasan Pelanggan

BAB 1

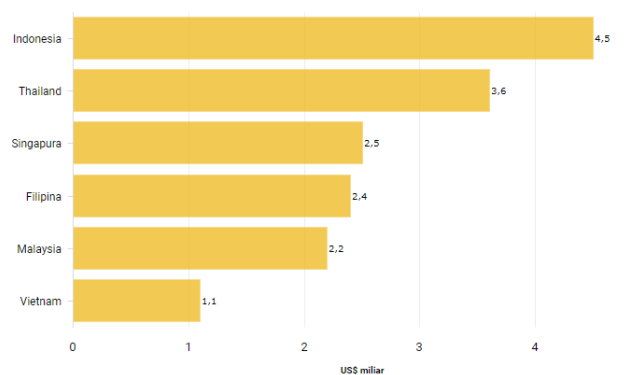
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada era globalisasi ini, teknologi dan informasi sudah mulai berkembang di berbagai negara yang sudah mulai masuk ke industri 4.0. Pada industri 4.0 ini telah mengupayakan dunia *online* dan lini produksi di industri. Dalam hal ini internet telah masuk ke dalam dunia industri. Maka dari itu industri jual beli juga mengalami peningkatan. Cukup dengan internet dan *gadget* sebagai alat, masyarakat dapat melakukan transaksi jual beli. Hal ini juga biasa dikenal oleh masyarakat dengan layanan pesan antar makanan *online*. Dengan adanya aplikasi ini membuat para penjual yang awalnya hanya memiliki tempat makan/minum *offline* kini telah memiliki tempat makan/minum *online*. Terdapat juga penjual yang tidak menyediakan fasilitas *offline* pada produknya, sehingga hanya menjual melalui *online*.

Berdasarkan data yang pada Badan Pusat Statistik, Industri mikro dan kecil (IMK) terbanyak di Indonesia selama tahun 2022 terdapat pada bidang usaha makanan. Dengan banyaknya masyarakat yang bergabung dalam bidang usaha makanan ini membuat para penjual melakukan berbagai cara agar produk makanan dibeli oleh konsumen. Salah satu caranya melalui penjualan dengan layanan pesan antar makanan *online*. Sehingga Indonesia menjadi pasar layanan pesan antar makanan *online* terbesar di Asia tenggara pada tahun 2022.

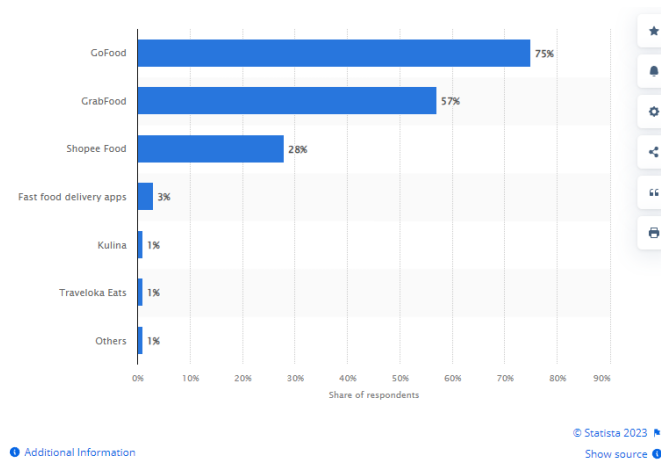
Gambar 1.1. Nilai Transaksi Bruto *Online* Food Delivery di 6 Negara ASEAN (2022)



Sumber : Databoks, 2022

Laporan Momentum Works menyatakan Indonesia mencapai sekitar Rp 67,89 triliun nilai transaksi bruto (*gross merchant value /GMV*) pada tahun 2022. Nilai tersebut setara sebesar 27,6% dari GMV layanan pesan antar makanan di Asia tenggara. Penggunaan aplikasi layanan pesan antar makanan di Indonesia sangat beragam.

Gambar 1.2. Aplikasi pesan antar makanan paling banyak digunakan di Indonesia per April 2023



Sumber : Statista, 2023

Data di Statista mengungkapkan bahwa terdapat perkembangan pasar pesan antar makanan *online* yang mengakibatkan pendapatan tahunan diperkirakan akan meningkat dari 12,2 dolar AS pada tahun 2022 menjadi sekitar 33,2 juta dolar AS pada tahun 2027. Pada data tersebut, Go-Food merupakan aplikasi dengan penggunaan paling tinggi di Indonesia sebesar 75%, sedangkan Shopee-Food berada pada posisi ke-3 dengan penggunaan sebesar 28%. Perkembangan layanan pesan antar makanan *online* ini didorong selama pandemi virus corona dimana masyarakat memesan makanan dari rumah saat berada di masa karantina tahun 2020. Sehingga kebiasaan masyarakat ini terus berlanjut nyaman dengan cara memesan makanan maupun minuman melalui aplikasi.

Go-Food merupakan bagian dari salah satu fitur di aplikasi Gojek. Go-Food merupakan fitur layanan pesan antar makanan pertama yang ada di Indonesia sejak tahun

2015. Namun Go-Food mulai berkembang dan dikenal oleh banyak masyarakat Indonesia semenjak tahun 2020 karena adanya pandemi corona. Sedangkan Shopee-Food merupakan bagian dari salah satu fitur Shopee yang merupakan *marketplace* ternama terutama di Indonesia. Shopee memunculkan fitur Shopee-Food sebagai layanan pesan antar makanan pada tahun 2020. Setiap penjual atau *merchant* dapat mendaftarkan usahanya pada Go-Food maupun Shopee-Food yang memiliki ketentuannya masing-masing.

Aplikasi yang bagus dan menarik ialah aplikasi yang memberikan informasi yang dapat dimengerti oleh penggunanya. Informasi tersebut dapat memberikan penilaian pada kualitas suatu aplikasi. Informasi penting yang perlu ada dalam aplikasi layanan pesan antar makanan yaitu terdapat nama *merchant* dan lokasinya, tentunya paling terpenting terdapat informasi mengenai makanan atau minuman yang dijual, mencantumkan harga makanan atau minuman yang dijual, terdapat penilaian dari setiap *merchant* tersebut, untuk mendukung dalam penjualan sebuah *merchant* diperlukan juga promo yang dapat menarik konsumen dalam membeli, dan juga terdapat informasi lain-lain.

Transaksi pemesanan makanan dan minuman juga diperlukan metode pembayaran yang mendukung. Pada jaman yang berkembang dengan teknologi sekarang terdapat berbagai alat yang digunakan dalam transaksi jual beli. Terdapat transaksi dengan tunai maupun secara elektronik. Setiap aplikasi Shopee-Food dan Go-Food memiliki metode pembayaran yang berbeda-beda. Dengan adanya informasi yang berkualitas dan metode pembayaran yang digunakan konsumen ini membuat persaingan antar aplikasi lainnya, maka kepuasan konsumen menjadi salah satu hal yang penting dalam keberhasilan perusahaan.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan diatas, dapat dirumuskan beberapa pokok permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana perbandingan penilaian pelanggan pada kualitas informasi yang ada di aplikasi Shopee-Food dan Go-Food ?

2. Bagaimana perbandingan penilaian pada metode pembayaran yang digunakan oleh pelanggan Shopee-Food dan Go-Food?
3. Bagaimana perbandingan penilaian kepuasan pelanggan yang digunakan oleh pelanggan Shopee-Food dan Go-Food?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka dapat diketahui tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Mengetahui perbandingan penilaian kualitas informasi antara pelanggan Shopee-Food dan Go-Food
2. Mengetahui perbandingan penilaian metode pembayaran antara pelanggan Shopee-Food dan Go-Food.
3. Mengetahui perbandingan penilaian kepuasan pelanggan antara pelanggan Shopee-Food dan Go-Food.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi beberapa pihak, antara lain:

1. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai beberapa pendapat dan penilaian kualitas informasi, metode pembayaran dan kepuasan pelanggan pada pengguna Shopee-Food dan Go-Food.

2. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat untuk mengetahui faktor-faktor yang membuat pengguna Shopee-Food dan Go-Food menjadi kurang nyaman dalam menggunakan platformnya. Lalu dapat menjadi masukan bagi perusahaan Shopee dan Gojek dalam mengidentifikasi langkah kebijakan penting terkait informasi dan metode pembayaran pada aplikasi yang ditawarkan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan.

3. Bagi pengguna Shopee-Food dan Go-Food

Penelitian ini diharapkan menambah wawasan, informasi, dan dasar pertimbangan kepada pengguna saat ingin memesan makanan/minuman melalui aplikasi. Sehingga para pengguna dapat mengetahui juga kekurangan dan kelebihan pada setiap aplikasi saat ingin memesannya.

4. Bagi *merchant* / mitra usaha Shopee-Food dan Go-Food

Penelitian ini diharapkan menambah wawasan dan bahan evaluasi kepada mitra usaha yang berjualan di Shopee-Food dan Go-Food, agar dapat meningkatkan informasi produknya sehingga menambah kepuasan pelanggan yang membelinya.

5. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan kepada peneliti selanjutnya, dan juga sebagai referensi kepada peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian dan mengkaji lebih dalam dengan permasalahan yang serupa.

1.5 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE) yang dikeluarkan 24 November 2019, PMSE disebut juga pedagang yang melakukan proses transaksi jual beli lewat perangkat elektronik melalui sebuah platform. Perkembangan makanan *online* yang pesat terjadi di Indonesia di mana makanan sebagai kebutuhan sehari-hari setiap manusia. Dalam mendukung jual beli makanan *online* diperlukan aplikasi sebagai platform yang membantu dalam proses tersebut.

Kepuasan konsumen menurut Indrasari (2019:87) merupakan tingkat perasaan seseorang dalam membandingkan efektivitas suatu produk yang telah didapat sesuai dengan harapannya. Dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan terdapat juga faktor-faktor yang berpengaruh menurut Umar (2005) yaitu bagaimana kualitas produk yang ditawarkan, kualitas pelayanan yang dilakukan, faktor emosional yang diekspresikan oleh konsumen setelah mendapat produk, dan harga yang ditawarkan dari penjual. Indikator dalam kepuasan konsumen yang dikemukakan menurut Indrasari (2019 : 92) yaitu

kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, kesediaan merekomendasikan. Kualitas sendiri dapat diartikan menurut Kotler (1997) adalah seluruh karakteristik dari suatu produk atau layanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang tersurat maupun tersirat. Kualitas ini erat hubungannya dengan konsumen, produsen disebut memiliki kualitas apabila produk atau pelayanan yang diberikan dapat mencapai atau melebihi dari ekspektasi konsumen.

Kualitas informasi menurut O'Briens (Mulyadi et al, 2018) merupakan sejauh mana informasi memiliki karakteristik, konten, bentuk, dan waktu tertentu dalam penggunaan akhir tertentu. Informasi yang tersedia pada sebuah aplikasi merupakan salah satu tampilan yang dinilai oleh pengguna. Setiap pengguna dapat melihat apakah informasi yang tersedia dapat menarik dan dipahami sebagai bahan pertimbangan dalam memilih suatu produk di aplikasi tersebut. Maka dari itu kualitas informasi dapat diukur melalui beberapa indikator menurut Susanto (2004) yaitu dimensi ketersediaan (*availability*), dimensi mudah dipahami (*comprehensibility*), dimensi relevan (*relevancy*), dimensi tepat waktu (*timelines*), dimensi akurasi (*accuracy*), dan dimensi kelengkapan (*completeness*).

Metode pembayaran berdasar Undang-Undang No. 23/1999 tentang Bank Indonesia merupakan transaksi nilai uang / moneter dari seuah individu ke individu lainnya dengan berbagai cara. Metode pembayaran yang disediakan oleh setiap layanan pesan antar makanan merupakan bahan pertimbangan juga dalam pemilihan aplikasi. Metode pembayaran dapat dilakukan dengan tunai maupun pembayaran elektronik. Tidak semua orang memiliki uang tunai saat ingin melakukan transaksi, dan tidak semua orang memiliki pembayaran elektronik yang ditawarkan oleh sebuah layanan pesan antar makanan. Maka dari itu pilihan metode pembayaran juga sebagai dasar pertimbangan konsumen dalam memesan makanan atau minuman pada aplikasi. Metode pembayaran dapat diukur dengan beberapa indikator menurut Tjiptono (2009) dalam buku Indrasari (2019) yaitu dimensi kenyamanan (*convenience*), dimensi efisiensi (*efficiency*), dimensi skalabilitas (*scalability*), dan dimensi keandalan (*reliability*).