

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN  
LAYANAN *FOOD DELIVERY* TERHADAP PENINGKATAN  
PENJUALAN PENGUSAHA KULINER YANG TERDAFTAR  
DI GOFOOD PEKALONGAN**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh :

**ATYA DHOFIRATUR RIZQIYANI**

**NIM. 4117386**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

**2024**

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN  
LAYANAN *FOOD DELIVERY* TERHADAP PENINGKATAN  
PENJUALAN PENGUSAHA KULINER YANG TERDAFTAR  
DI GOFOOD PEKALONGAN**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)'



Oleh :

**ATYA DHOFIRATUR RIZQIYANI**  
**NIM 4117386**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN  
2024**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Atya Dhofiratur Rizqiyani

NIM : 4117386

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul Skripsi : **Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Layanan *Food Delivery* Terhadap Peningkatan Penjualan Pengusaha Kuliner Yang Terdaftar Di GoFood Pekalongan**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 01 Mei 2024

Yang Menyatakan,



Atya Dhofiratur Rizqiyani  
NIM. 4117386

## NOTA PEMBIMBING

Muhammad Aris Safi'i, M.E.I

Perum Pisma Garden Residence, Tirto, Pekalongan Barat

Lamp. : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Atya Dhofiratur Rizqiyani

Kepada Yth.1

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah

PEKALONGAN

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudari :

Nama : Atya Dhofiratur Rizqiyani

NIM : 4117386

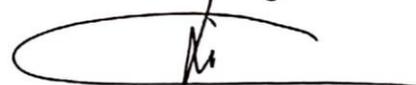
Judul Skripsi : **Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Layanan Food Delivery Terhadap Peningkatan Penjualan Pengusaha Kuliner Yang Terdaftar Di Go-Food Pekalongan.**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*

Pekalongan, 2 Mei 2024

Pembimbing



Muhammad Aris Safi'i, M.E.I  
NIP. 198510122015031004



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, [www.febi.uingusdur.ac.id](http://www.febi.uingusdur.ac.id)

## PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN)

K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara/i :

Nama : **Atya Dhofiratur Rizqiyani**  
NIM : **4117386**  
Judul Skripsi : **Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Layanan *Food Delivery* Terhadap Peningkatan Penjualan Pengusaha Kuliner Yang Terdaftar Di GoFood Pekalongan.**  
Pembimbing : **Muhammad Aris Safi'i, M.E.I**

Telah diujikan pada hari Rabu, 12 Juni 2024 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji I

Penguji II

  
**Muhammad Shulthoni Lc., M.S.I, MA., Ph.DM.**  
NIP. 19750706 200801 1 016

  
**Muhammad Masrur, M.E.I.**  
NIP. 19791211 201503 1 001

Pekalongan, 1 Juli 2024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

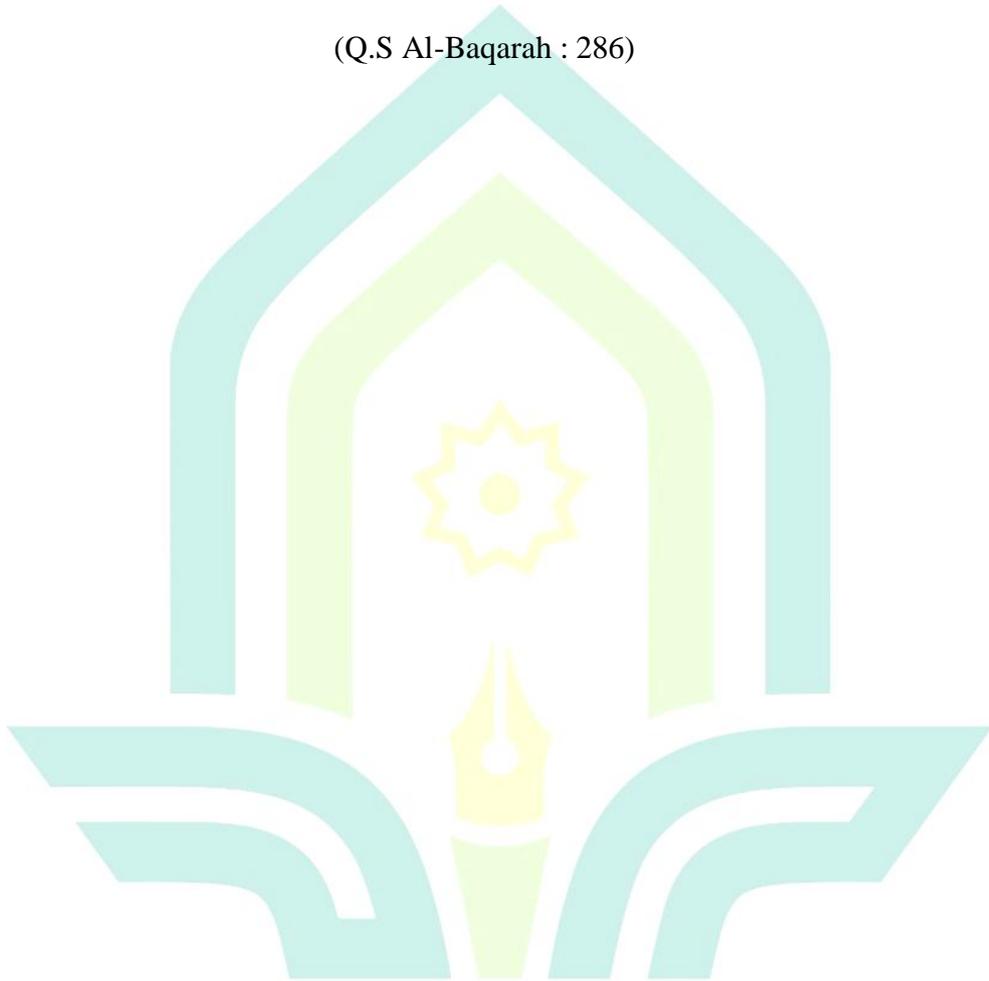
  
**Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.**  
NIP. 19750220 199903 2 001

## MOTTO

*“Hanya karena prosesmu lebih lama daripada yang lain, bukan berarti kamu gagal.”*

*“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”*

(Q.S Al-Baqarah : 286)



## PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Dalam pembuatan Skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan materi maupun non materi dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisan Skripsi ini:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Ahmad Mursalim dan Ibu Sri Kuswanti terimakasih atas doa, motivasi serta kesabarannya untuk selalu memberi dukungan, bantuan material maupun non material agar penulis dapat menyelesaikan studi.
2. Keluarga penulis, Mas Haqie, Mbak Argi, Mas Adfin, Mbak Diah, Mbak Nisa, Silfi, Mas Rian, yang telah mendukung, membantu dan menghibur ketika penat mengerjakan Skripsi ini.
3. Almamater saya Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. Dosen Pembimbing Bapak Muhammad Aris Safi'i, M.E.I. yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan serta memberikan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
5. Dosen Pembimbing Akademik Bapak Tamammudin, M.E.I. yang telah menyetujui judul dari penelitian ini serta memberikan motivasi penulis.
6. Sahabat serta teman penulis Kholila Rizqiana, Auliya, Saida Dwi, team pithik, Kaddal Ekos G, serta teman-teman virtual, terimakasih selalu memberikan support, menghibur dan menemani disaat penat.

## ABSTRAK

### **ATYA DHOFIRATUR RIZQIYANI. Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Layanan *Food Delivery* Terhadap Peningkatan Penjualan Pengusaha Kuliner Yang Terdaftar Di GoFood Pekalongan.**

Penelitian ini bermaksud untuk meneliti pengaruh promosi, kualitas produk dan layanan *food delivery* terhadap peningkatan penjualan pengusaha kuliner yang terdaftar GoFood di kota Pekalongan. Kemajuan teknologi semakin pesat. PT. Gojek Indonesia mengembangkan platform nya dengan menambah layanan *food delivery*. Pengusaha kuliner yang bermitra dengan GoFood akan mendapatkan layanan *food delivery* tanpa harus menambah biaya *overhead*. Pengusaha kuliner harus bisa menciptakan produk usahanya dengan baik sehingga dapat menarik pelanggan, dapat memulai dari memilih bahan baku dengan kualitas produk yang baik, menyediakan promosi, sehingga dapat memicu peningkatan penjualan.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis kausalitas. Sedangkan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 72 responden pengusaha kuliner yang bermitra dengan GoFood di kota Pekalongan. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas dan heteroskedastisitas). Untuk uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji t dan uji f.

Hasil penelitian menunjukkan 1) Variabel promosi berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan pengusaha kuliner. 2) Kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan pengusaha kuliner. 3) Layanan *food delivery* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan pengusaha kuliner. 4) Promosi, kualitas produk dan layanan *food delivery* mempunyai pengaruh secara simultan terhadap peningkatan penjualan.

Kata Kunci : Promosi, Kualitas Produk, Layanan, Peningkatan Penjualan

## **ABSTRACT**

**ATYA DHOFIRATUR RIZQIYANI.** The Influence of Promotion, Product Quality and Food Delivery Services on Increasing Sales of Culinary Entrepreneurs Registered at GoFood Pekalongan.

This research intends to examine the influence of promotions, product quality and food delivery services on increasing sales of culinary entrepreneurs registered with GoFood in the city of Pekalongan. Technological progress is increasingly rapid. PT. Gojek Indonesia is developing its platform by adding food delivery services. Culinary entrepreneurs who partner with GoFood will get food delivery services without having to increase overhead costs. Culinary entrepreneurs must be able to create their business products well so that they can attract customers, starting from choosing raw materials with good product quality, providing promotions, so that they can trigger increased sales.

The type of research used in this research is causality. Meanwhile, the approach used is a quantitative approach with a sample size of 72 respondents from culinary entrepreneurs who partner with GoFood in the city of Pekalongan. The analysis used in this research uses validity tests, reliability tests, and classical assumption tests (normality, multicollinearity, and heteroscedasticity). To test the hypothesis in this research using the t and f tests.

The research results show: 1) Promotion variables have a negative and significant effect on increasing sales among culinary entrepreneurs. 2) Product quality has a positive and significant effect on increasing sales among culinary entrepreneurs. 3) Food delivery services have a positive and significant effect on increasing the sales of culinary entrepreneurs. 4) Promotion, product quality, and food delivery services have a simultaneous influence on increasing sales.

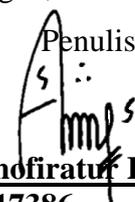
**Keywords:** Promotion, Product Quality, Service, Increased Sales

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya sampaikan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dan berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya sampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag selaku Rektor UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan
3. Bapak Dr. H. Tamamudin, M.M. selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. Bapak Muhammad Aris Safi'i, M.E.I selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid sekaligus Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini, sehingga penulis dapat menyelesaikannya dengan baik.
5. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan beserta Staff
6. Pengusaha kuliner di Kota Pekalongan yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini

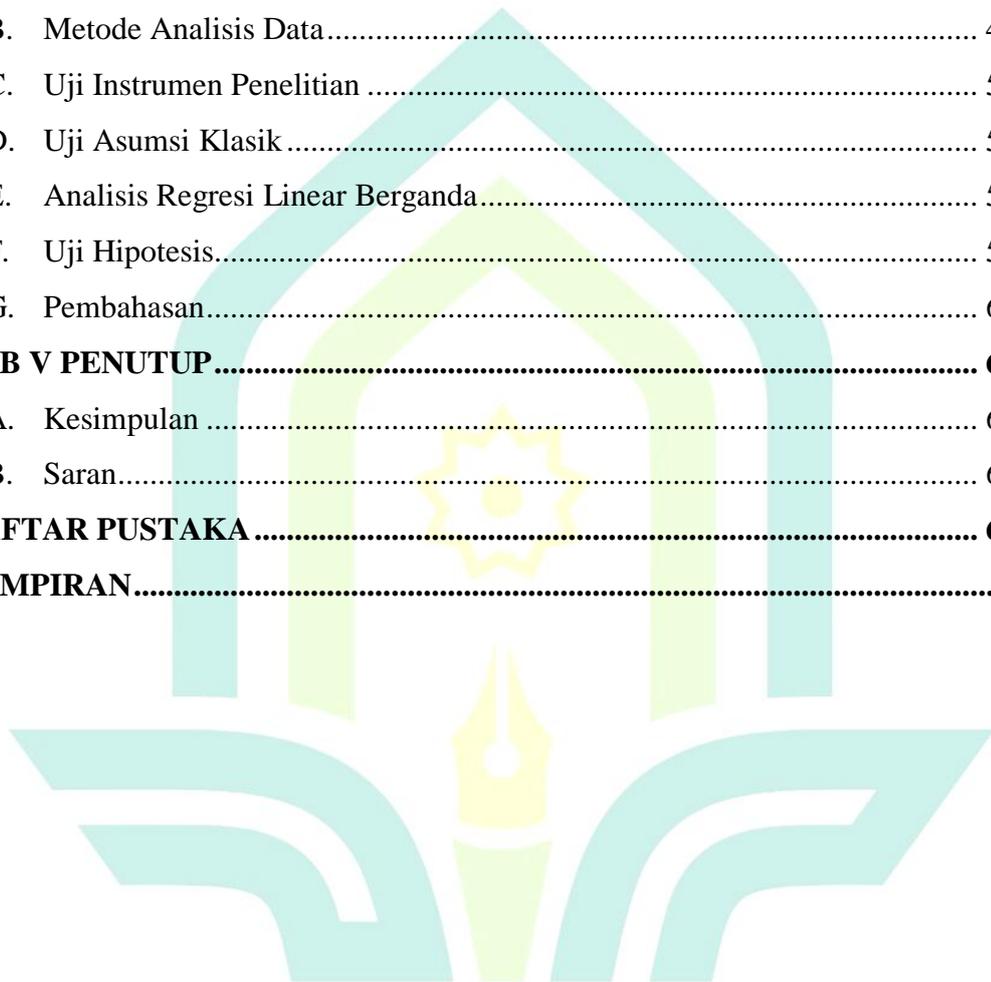
Pekalongan, 01 Mei 2024

Penulis  
  
**Atya Dhofiratur Rizqiyani**  
**NIM. 417386**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....</b>	<b>ii</b>
<b>NOTA PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-LATIN .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	8
E. Sistematika Pembahasan .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>11</b>
A. <i>Grand Theory</i> .....	11
B. Telaah Pustaka .....	23
C. Kerangka Berfikir.....	28
D. Hipotesis.....	29
<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN.....</b>	<b>32</b>
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	32
B. <i>Setting</i> Penelitian.....	32

C. Populasi dan Sampel .....	32
D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	34
E. Sumber Data.....	36
F. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data.....	36
G. Metode Analisis Data.....	38
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>44</b>
A. Gambaran Umum .....	44
B. Metode Analisis Data.....	49
C. Uji Instrumen Penelitian .....	50
D. Uji Asumsi Klasik .....	53
E. Analisis Regresi Linear Berganda.....	56
F. Uji Hipotesis.....	58
G. Pembahasan.....	61
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>67</b>
A. Kesimpulan .....	67
B. Saran.....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>69</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>I</b>



## PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

### 1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain		Koma terbalik diatas
غ	Ghain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lan	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	´	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## 2. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal panjang
أ= a		أ= ā
إ= i	إي= ai	إي= ī
أ= u	أو= au	أو= ū

### 3. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
ا...ىَ ...	Fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
ي ...	Kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
و ...	Hamzah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ - qāla

رَامَى - ramā

قِيلَ - qīla

### 4. Ta' marbutah

*Ta marbutah* hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

مرأة جميلة                      ditulis *mar'atun jamilah*

*Ta marbutah* mati dilambangkan dengan /h/

Contoh:

فاطمة                      ditulis *Fatimah*

### 5. Syaddad (tasydid, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddad tersebut.

Contoh:

ربنا                      ditulis                      *rabbānā*

البر                      ditulis                      *al-birr*

## 6. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس	ditulis	<i>asy-syamsu</i>
الرجل	ditulis	<i>ar-rajulu</i>
السيدة	ditulis	<i>as-sayyidah</i>

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qomariyah” ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر	ditulis	<i>al-qamar</i>
البدیع	ditulis	<i>al-badī'</i>
الجلال	ditulis	<i>al-jalāl</i>

## 7. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof (^/).

Contoh:

امرت	ditulis	<i>amirtu</i>
شيء	ditulis	<i>syai'un</i>

## 8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan

maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh :

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ : wa auf al-kaila wa-almīzān

wa auf al-kaila wal mīzān

إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلَ : ibrahīm al-khalīl

ibrāhīmūl-khalīl

## 9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya:

Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital hanya untuk Allah bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau tulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak digunakan.

Contoh : وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ : wa mā muhammadun illā rasul

وَلَقَدْ رَآهُ بِالْأَفْقِ الْمُبِينِ : walaqadra'āhubil-ufuq al-mubīn

walaqadra' āhubil-ufuqil-mubīn

## 10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu di sertai dengan pedoman Tajwid.

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pengunduh Aplikasi Transportasi Online .....	1
Tabel 2.1 Telaah Pustaka .....	23
Tabel 3.1 Definisi Operasional .....	35
Tabel 3.2 Skala Instrumen .....	37
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Usia .....	49
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	50
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Promosi (X1) .....	51
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X2) .....	51
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Layanan <i>Food Delivery</i> (X3) .....	51
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Peningkatan Penjualan (Y) .....	52
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas .....	52
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas .....	53
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas .....	54
Tabel 4.10 Uji Statistik Glesjer .....	55
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	56
Tabel 4.12 Hasil Uji T (Parsial) .....	59
Tabel 4.13 Hasil Uji F (Simultan) .....	60
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	61

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir .....	28
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Gojek Indonesia .....	48
Gambar 4.2 Uji Grafik Scatterplot.....	55



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	I
Lampiran 2 Data Mentah Kuesioner.....	III
Lampiran 3 Hasil Uji .....	VI
Lampiran 4 Dokumentasi.....	XI
Lampiran 5 Surat Pengantar Penelitian .....	XIII
Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup .....	XIV



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Kemajuan dunia teknologi yang sangat pesat dalam informasi menuntut para pelaku usaha untuk dapat memahami serta memanfaatkan dalam kegiatan bisnis sebagai upaya untuk meningkatkan daya saing. Perkembangan teknologi semakin lama juga mempengaruhi aktivitas kehidupan, seperti mendapatkan informasi secara mudah secara online dan salah satu aspek yang sangat berpengaruh adalah ekonomi, hal ini juga di sebut belanja *online* (*online shopping*) atau *E-commerce*. *E-commerce* adalah penyebaran, pembelian, pemasaran barang melalui sistem elektronik seperti internet. *E-commerce* dapat melibatkan pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis dan sitem pengumpulan data otomatis (Fadillah, 2016).

**Tabel 1.1**  
**Data Pengunduh Aplikasi Transportasi Online**

No	Nama	Jumlah	Keterangan
1	Gojek	82,6 %	Berdasarkan pengguna aplikasi
2	Grab	57,3 %	Berdasarkan pengguna aplikasi
3	Maxim	19,6 %	Berdasarkan pengguna aplikasi
4	InDrive	4,9 %	Berdasarkan pengguna aplikasi

\*Sumber : Databoks (diakses September 2023)

Pada tahun 2010, GOJEK hadir sebagai perusahaan transportasi roda dua melalui panggilan telepon. Saat ini GOJEK tumbuh menjadi *on-demand mobile platform* dan didalam aplikasi GOJEK menyediakan berbagai layanan lengkap mulai dari transportasi, logistik, pembayaran, layanan antar makanan, dan lain-lain. Setelah sukses dengan bisnis ojek online di Indonesia.

GOJEK mulai mengembangkan bisnisnya di bidang lain, dimana salah satunya adalah GoFood. GoFood merupakan sebuah layanan *food delivery* seperti *delivery order* di sebuah restoran. Dengan menggunakan *smartphone* dan membuka fitur GoFood didalam aplikasi GOJEK, konsumen bisa memesan makanan dari usaha kuliner yang bekerja sama dengan GOJEK. Makanan yang dipesan akan dipesankan dan diantar langsung oleh GOJEK. Untuk pengusaha kuliner yang memiliki dana terbatas untuk mengembangkan layanan *delivery order*, GoFood bisa menjadi solusi alternatif yang membantu pengusaha kuliner. Pengusaha kuliner dapat memiliki *layanan delivery order* tanpa menambah SDM. Keuntungan dari layanan ini bisa dirasakan langsung oleh pengusaha kuliner karena mereka tidak harus menyediakan budget besar untuk mengembangkan layanan *delivery order*, dan layanan GoFood bisa menjadi alternatif yang sangat membantu, mempermudah, dan menguntungkan (Widyayanti dkk, 2021). Maka dari itu, layanan ini sangat memudahkan para konsumen agar dapat memesan makanan asal warung yang telah dipilih (Prasetyanto dkk, 2021). Dengan adanya fitur GoFood dari aplikasi Gojek sangat menguntungkan bagi pembeli dan penjual. Selain bisa menguntungkan secara financial, penjual pun bisa mendapatkan keuntungan lainnya.

Layanan ini diselenggarakan sebagai sesuatu kegiatan promosi yang mana diketahui sebagai kegiatan menginformasikan tentang suatu produk yang disajikan oleh distributor ataupun produsen tertentu, dalam hal

ini adalah penyaji kuliner. Kegiatan yang dilakukan oleh GoFood adalah memberikan informasi serta pengenalan terhadap produk kuliner. Hal tersebut merupakan pencapaian sasaran dalam penggunaan public relations. Public relations ini digunakan dalam perencanaan marketing untuk mencapai sasaran yaitu membantu perusahaan dan nama produknya agar lebih dikenal serta membantu mengenalkan produk baru atau peningkatan produk (Mahmud, 2023).

Indonesia yang terkenal dengan keanekaragaman budayanya, juga memiliki keanekaragaman dalam makanannya. Setiap suku di Indonesia mempunyai masakan khas yang berbeda dengan cita rasa yang berbeda pula. Jika diolah secara profesional menjadi makanan khas dan sajian kuliner yang lezat, kuliner Indonesia dapat meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat dan menjadi identitas bangsa. Indonesia memiliki banyak keanekaragaman makanan yang berbeda antar daerah, harus dijaga agar tidak diklaim oleh negara lain. Seperti halnya tarian, kuliner adalah bagian dari identitas budaya Indonesia (Bangsawan, 2018).

Bagi pengusaha kuliner di kota Pekalongan yang bergabung atau bermitra dengan GoFood dirasakan lebih ekonomis, hal tersebut dibuktikan pada saat pertama kali bergabung tidak dipungut biaya administrasi apapun. Beda halnya apabila para pengusaha kuliner berdiri sendiri dalam hal ingin berbagi usaha kulinernya melalui *delivery order* tanpa bergabung dengan layanan GoFood. Selain dapat menambah banyak biaya anggaran untuk menciptakan layanan *delivery order* sendiri untuk mencakup jangkauan

konsumen yang luas juga cenderung dirasa sulit karena persaingan dengan pengusaha kuliner yang lain semakin ketat. Dikatakan demikian sebab pada zaman modern sekarang ini, kebanyakan konsumen penikmat kuliner kebanyakan mengandalkan layanan *delivery order*.

Semakin banyaknya masyarakat yang menggunakan layanan *Food Delivery* pada fitur GoFood, maka promosi, kualitas produk dan kualitas pelayanan menjadi sangat penting memenangkan persaingan agar dapat meningkatkan penjualan. Pesaing penyedia layanan *Food Delivery* GoFood di Indonesia sangat banyak, berdasarkan *survey* yang dilakukan [dailysocial.id](http://dailysocial.id) pada tahun 2017 menunjukkan presentase bahwa sebanyak 57,16% masyarakat pernah menggunakan mobile aplikasi untuk memesan makanan. Presentase yang menggunakan aplikasi GoFood sebesar 81,26%, ini merupakan presentase tertinggi dibanding dengan aplikasi lain. Kemudian ada KFC Indonesia dengan presentase sebesar 35,09%, McDelivery Indonesia sebesar 34,58% dan Grab-food sebesar 25,21%. Dari hasil *survey* tersebut menunjukkan bahwa layanan GoFood paling diminati oleh masyarakat. ([www.dailysocial.id](http://www.dailysocial.id) diakses maret).

Dalam hukum Islam, sistem pemesanan seperti ini menggunakan akad *istishna'*. Akad *istishna'* ialah salah satu bentuk transaksi yang dibolehkan oleh para ulama sejak dahulu dan menjadi salah satu solusi islami yang tepat dalam dunia perniagaan di masa kini. Dalam akad ini yang terjalin antara pemesan sebagai pihak pertama dengan seorang produsen atau penjual sebagai pihak kedua, agar pihak kedua membuatkan suatu pesanan sesuai

yang diinginkan oleh pihak pertama dengan harga yang disepakati antara keduanya. Secara umum, sistem transaksi (pemesanan) yang ada pada layanan GoFood dalam aplikasi Gojek, hingga saat ini sudah sesuai dengan apa yang ditentukan dalam syari'at Islam dan sesuai rukun dan syaratnya bahkan adanya suka rela dari masing-masing pihak. Dengan demikian, dalam Islam sistem transaksi (pemesanan) seperti ini diperbolehkan (Muhammad Yunus, 2018).

Salah satu persoalan yang cukup penting dalam dunia usaha untuk meningkatkan penjualan adalah bagaimana aspek pemasaran yang baik sehingga dapat mempertahankan kelangsungan hidup suatu perusahaan. Aspek pemasaran tersebut yaitu cara produk dapat terjual sampai pada pelayanan yang memuaskan bagi konsumen. Setiap perusahaan memiliki sistem pemasaran yang tidak sama. Dalam mencapai tingkat penjualan yang maksimal suatu perusahaan promosi merupakan salah satu cakupan bauran pemasaran yang penting dalam memasarkan barang atau jasa yang dihasilkan perusahaan dan juga sebagai suatu cara memberikan informasi kepada masyarakat tentang barang atau jasa yang dihasilkan sebuah perusahaan. Promosi juga berarti aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk atau sasaran untuk membelinya. Oleh karena itu, perusahaan selalu membangun komunikasi sebaik mungkin kepada konsumennya dan calon konsumennya melalui promosi. Tanpa promosi, tentu akan berakibat semakin kecil volume penjualan yang dapat dicapai oleh perusahaan tersebut

dan untuk dapat menunjang keberhasilan perusahaan dalam mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasarnya (Hartina, 2019).

Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk. Kualitas ditentukan oleh kegunaan, fungsi produk, dan manfaat, termasuk daya tahan suatu produk tersebut, eksklusifitas, kenyamanan, wujud luar (warna, bentuk, kemasan) (Handoko, 2000). Disamping kualitas produk faktor lain yang tidak kalah penting untuk peningkatan penjualan adalah kualitas pelayanan (layanan *delivery order*). Kualitas pelayanan menjadi faktor yang menentukan keberhasilan dalam usaha meningkatkan penjualan (Elsa Melinda, 2022). Perusahaan Gojek khususnya untuk layanan GoFood dituntut untuk memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggannya. Kualitas pelayanan merupakan kualitas jasa yang diberikan kepada konsumen yang bertujuan memenuhi ekspektasi pelanggan.

Penelitian yang dilakukan Cahya, et al (2021) menunjukkan hasil bahwa layanan GoFood memiliki peran yang sangat penting dalam upaya meningkatkan penjualan. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa layanan GoFood berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan kuliner di Yogyakarta. Gaya hidup masyarakat sekarang yang semakin besar mengandalkan penggunaan layanan online adalah salah satu diantara beberapa alasan penggunaan layanan GoFood dapat mempermudah mereka memasarkan makanan dan dinilai sangat membantu. Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas maka penulis tertarik mengambil judul dalam

penelitian ini adalah **Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Layanan *Food Delivery* Terhadap Peningkatan Penjualan Pengusaha Kuliner Yang Terdaftar Di GoFood Pekalongan**).

## **B. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang yang telah ditulis, penulis merumuskan beberapa rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah promosi berpengaruh secara parsial terhadap peningkatan penjualan pengusaha kuliner yang terdaftar di GoFood Pekalongan?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap peningkatan penjualan pengusaha kuliner yang terdaftar di GoFood Pekalongan?
3. Apakah layanan *food delivery* berpengaruh secara parsial terhadap peningkatan penjualan pengusaha kuliner yang terdaftar di GoFood Pekalongan?
4. Apakah promosi, kualitas produk dan layanan *food delivery* berpengaruh secara simultan terhadap peningkatan penjualan pengusaha kuliner yang terdaftar di GoFood Pekalongan?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dari uraian rumusan masalah, maka tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi secara simultan terhadap peningkatan penjualan pada pengusaha kuliner yang terdaftar di GoFood Pekalongan.

2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk secara simultan terhadap peningkatan penjualan pada pengusaha kuliner yang terdaftar di GoFood Pekalongan.
3. Untuk mengetahui pengaruh layanan *food delivery* secara simultan terhadap peningkatan penjualan pada pengusaha kuliner yang terdaftar di GoFood Pekalongan.
4. Untuk mengetahui pengaruh promosi, kualitas produk dan layanan *food Delivery* secara simultan terhadap peningkatan penjualan pada pengusaha kuliner yang terdaftar di GoFood Pekalongan.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi, kualitas produk dan layanan *food delivery* terhadap peningkatan penjualan pada pengusaha kuliner yang terdaftar di GoFood Pekalongan, penelitian ini diharapkan memenuhi manfaat sebagai berikut :

##### **1. Bagi Penulis**

Adanya penelitian ini dapat menambah pengetahuan tentang promosi, kualitas produk dan layanan *food delivery* terhadap peningkatan penjualan. Penelitian ini merupakan tugas akhir untuk mendapat kelulusan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Strata 1 (S1) dalam program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.

## 2. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi pembaca mengenai promosi, kualitas produk dan layanan *food delivery* terhadap peningkatan penjualan di GoFood, serta sebagai sumbangan ilmu yang bermanfaat bagi pembaca.

## 3. Bagi Akademik

Dapat menjadi sumber referensi untuk penelitian berikutnya yang memiliki topik penelitian serupa.

### **E. Sistematika Pembahasan**

Sistematika penulisan skripsi berisi lima bab yang saling berhubungan, susunannya adalah sebagai berikut :

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisikan tentang uraian Latar Belakang dari permasalahan yang akan diteliti, kemudian Rumusan Masalah dari penelitian, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, serta Sistematika Penulisan Penelitian.

#### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab ini mencakup berbagai teori dari variabel-variabel yang akan diteliti. Teori-teori yang dijelaskan adalah terkait manajemen pemasaran, promosi, kualitas produk, layanan *food delivery*, *e-commerce* dan peningkatan penjualan. Selain itu, pada bab ini juga berisi tinjauan pustaka atau penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul penelitian dan terdapat persamaan serta perbedaan dari penelitian terdahulu, kerangka berfikir variabel promosi

(X1), kualitas produk (X2), layanan *Food Delivery* (X3) adakah pengaruh terhadap variabel peningkatan penjualan (Y) dan hipotesis penelitian.

### BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi metode penelitian yang digunakan oleh penulis yang meliputi jenis dan pendekatan penelitian kuantitatif, *setting* penelitian pada pengusaha kuliner Pekalongan, variabel penelitian promosi (X1), kualitas produk (X2), layanan *food delivery* (X3), definisi operasional variabel, populasi dan menggunakan sampel roscow, teknik pengumpulan data dengan cara penyebaran kuesioner dan analisis yang digunakan yaitu.

### BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis mendeskripsikan data yang diperoleh dilapangan, menganalisis berkaitan dengan hasil penelitian serta mengkaitkan hasil analisis data dengan penelitian terdahulu serta teori-teori yang dipakai penulis di bagian pembahasan.

### BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan bagian terakhir yang berisikan kesimpulan dan saran dari penelitian ini. Di akhir tak lupa melampirkan daftar pustaka atau rujukan yang dipakai dalam menyelesaikan skripsi dan berbagai lampiran lainnya yang berkaitan dengan penelitian.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada pembahasan sebelumnya dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil Uji t (parsial) menunjukkan bahwa promosi (X1) berpengaruh negatif dan berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan penjualan pengusaha kuliner.
2. Hasil Uji t (parsial) menunjukkan bahwa kualitas produk (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan pengusaha kuliner.
3. Hasil Uji t (parsial) menunjukkan bahwa layanan *food delivery* (X3) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan pengusaha kuliner yang terdaftar di GoFood Pekalongan.
4. Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel independen yaitu promosi, kualitas produk dan layanan *food delivery* berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap peningkatan penjualan pengusaha kuliner yang terdaftar di GoFood Pekalongan.

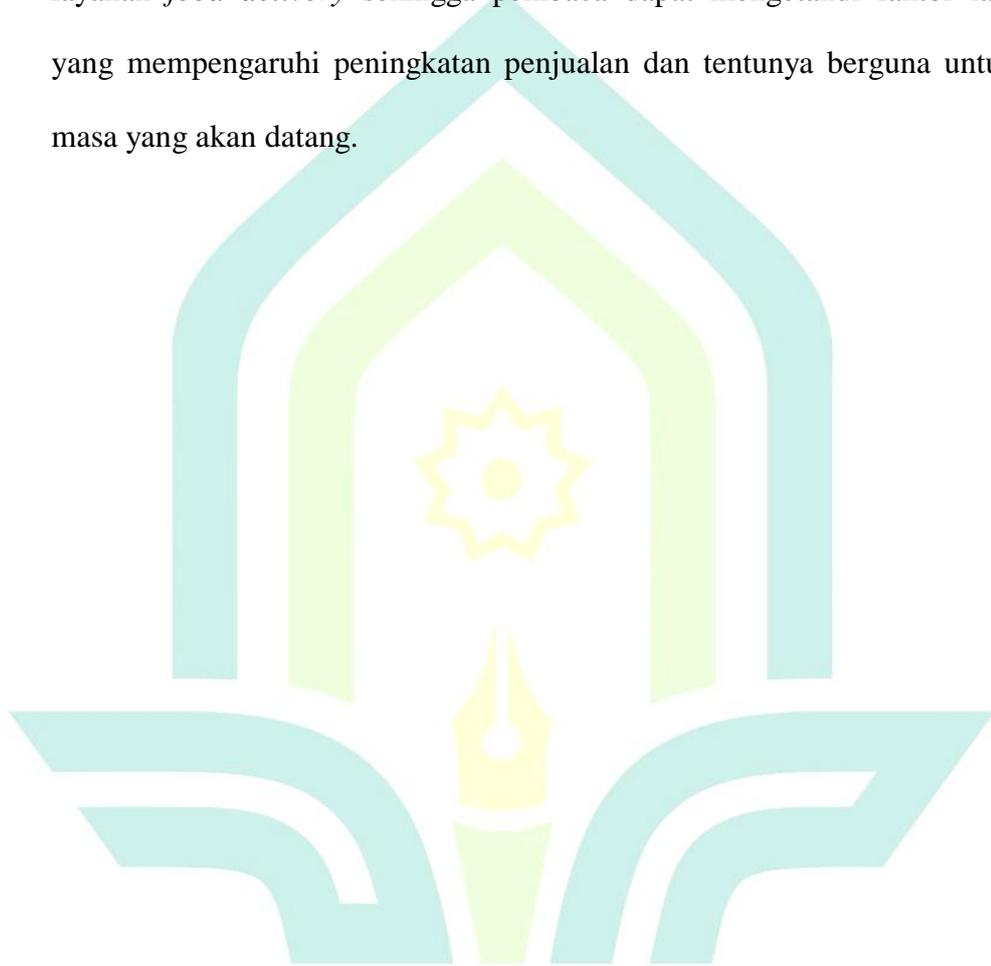
#### B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh maka saran yang dapat diberikan :

1. Promosi, kualitas produk dan layanan *food delivery* pengusaha kuliner sebaiknya dapat diperhatikan lebih baik lagi, karena dengan adanya

promosi, kualitas produk dan layanan *food delivery* yang baik, maka akan lebih baik juga peningkatan penjualan pada pengusaha kuliner di Kota Pekalongan.

2. Untuk penelitian selanjutnya terkait peningkatan penjualan sebaiknya dapat memasukkan variabel lain selain promosi, kualitas produk dan layanan *food delivery* sehingga pembaca dapat mengetahui faktor lain yang mempengaruhi peningkatan penjualan dan tentunya berguna untuk masa yang akan datang.



## DAFTAR PUSTAKA

- Agustiningrum, Rita. (2021). *Pengaruh Layanan Food Delivery Terhadap Peningkatan Penjualan Pengusaha Kuliner Pada Saat Pandemi Covid-19 Di Kota Slawi*. Skripsi. Program Studi D3 Akuntansi Politeknik Harapan Bersama. Slawi Tegal.
- Anwar Sanusi. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Salemba Empat, Jakarta.
- Arief, M. Qoni, A, D. Alkusani. (2023). *Pengaruh Promosi Dan Produk Terhadap Peningkatan Penjualan Produk UMKM Nandya's Kitchen Do Desa Sidokumpul*. Universitas Muhammadiyah Gresik.
- Ariyanti & Kurnia. (2014). *Pengaruh Presepsi Nilai Dan Presepsi Resiko Terhadap Niat Beli Kosmetik Organik*. Jurnal Ilmu Manajemen (JIM).
- Bambang, P., Jannah, L. M. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif (Teori dan Aplikasi)*. Jakarta : PT. Rajawali Pers.
- Bungin, Burhan. (2017). *Metodelogi Penelitian Social & Ekonomi*. Jakarta : Prenadamedia Group.
- Damayanti, Elsa Melinda. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Warung Sagu Cabang Candimulyo Jombang*. Program Studi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Jombang.
- Fandy Tjiptono. (2000). *Strategi Pemasaran (edisi II)*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Fitriani. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kemasan Terhadap Volume Penjualan (Survey Pada Pedagang Kalua Jeruk Ciwidey Kabupaten Bandung)*. Universitas Nurtanio Bandung.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm SPSS 19*. Edisi 5. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halim, Abdul., B. & Prasetyo, T. (2005). *Bisnis e-commerce (Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia)*. Yogyakarta: Pusat Belajar

- Handoko, T. Hani. (2000). *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. (Yogyakarta : BPFE)
- Irham, M. H., Gita, M. M., Kharnolis, M., Bahar, A. (2023). *Pengaruh Layanan Food Delivery Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner (Studi Terhadap Pemilik Usaha Kuliner Yang Terdaftar Go-Food Di Kelurahan Jagir Kota Surabaya)*. Universitas Negeri Surabaya.
- Kotler, Philip. (2001). *Manajemen Pemasaran Indonesia*. Jakarta : Salemba Empat.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2014). *Principles of Marketin*, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid I. Erlangga. Jakarta.
- Lan, H., Ya, L. I., & Shuhua, W. (2016). *Improvement of Online Food Delivery Service Based on Consumers ' Negative Comments*. *Canadian Social Science*, 12(5), 84-88.
- Lovelock, Christopher, Jochen Wirtz dan Jacky Mussry. (2010). *Pemasaran Jasa, Manusia, Teknologi, Strategi*. Jilid I. Edisi Ketujuh. Jakarta : Erlangga.
- Nabahani, M. Y. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Distribusi, Pelayanan Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Air Minum Depot Kafila Margasari*.
- Nanincova, N. (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe And Bistro*. *Agora*, 7(2), 1-5.
- Noorohmah. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Konsumen Di Pand's Muslim Departement Store Cabang Semarang*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Pratama, Yogi. (2018). *Pengaruh Layanan Food Delivery Terhadap Peningkatan Penjualan Pengusaha Kuliner (Studi Pada Pengusaha Kuliner Yang Terdaftar Di Go-Food/Go-Jel Jambi)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thata SaiFuddin. Jambi.

- Pratiwi, G., & Lubis, T. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan UD Adli di Desa Sukajadi Kecamatan Perbaungan. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 1(3), 27–41.
- Prihatini, Indah. (2022). *Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Tingkat Penjualan Produk Makanan Dalam Perspektif Islam (Suatu Kajian pada UMKM Kota Banda Aceh Pasca Covid-19)*. Pasca Sarjana UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Banda Aceh.
- PT. Gojek Indonesia. (2021). Tentang Gojek <https://ww.Gojek.com/about/>
- Sanopa, G. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Saputra, M.Amdan. (2020). *Pengaruh Penjualan Online Melalui Merchant Go-Food Patner Terhadap Peningkatan Omzet Pada Usaha Kuliner Di Jalan Garuda Sakti Simpang Baru Kecamatan Tampar Kota Pekanbaru*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Singgih Prasetianto, M. F. (2021). Analisis Layanan GoFood Dalam Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Kuliner Di Yogyakarta. Vol. 5, No. 3, Agustus 2021, 5, 461-47.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta. CV
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung : IKAPI
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Penerbit Alfabeta.
- Swastha, Dharmesta dan Irawan, (2008). *Manajemen Pemasaran Modern, Liberty*, Yogyakarta.
- Ulfa, R. (2019). Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Pendidikan dan Keislaman*, 6115, 196-215.
- Waruwu, K., Yunita, M., Yudhira, A., & Tampubolon, D. (2021). *Pengaruh Harga Produk Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Batik Pada BT Batik Trusmi Medan*. Universitas Cut Nyak Dien Medan Indonesia.

Wongso, F. (2015). *Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis Java Studi Kasus Pada Toko Karya Gemilang Pekanbaru*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis.

Zuliaati, Etty., Z. Shafa, D, Z, N., Oktaviani, R., Amelia, K, S., Aliya, S. (2024). *Pengaruh Penetapan Harga Kompetitif dan Kualitas Produk pada Peningkatan Penjualan Lazzatto-Chicken & Burger di Cikarang Utara*. Universitas Pelita Bangsa.

[www.dailysocial.id/post/laporan-dailysocial-survei-layanan-on-demand-di-indonesia-2017](http://www.dailysocial.id/post/laporan-dailysocial-survei-layanan-on-demand-di-indonesia-2017) (Diakses Mei 2023).

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/08/Gojek-vs-grab-mana-yang-konsumennya-lebih-banyak> (Diakses April 2023).



## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

#### KUESIONER PENELITIAN

#### PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN LAYANAN *FOOD DELIVERY* TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PENGUSAHA KULINER YANG TERDAFTAR DI GOFOOD PEKALONGAN

No. Responden : ..... (diisi oleh peneliti)

Tanggal/bulan/tahun : ...../ ...../ .....

Petunjuk pengisian : Jawablah pertanyaan atau pernyataan dibawah ini dengan memberikan tanda centang (✓) pada kotak jawaban yang telah tersedia. Jawablah pertanyaan atau pernyataan tersebut dengan sejujurnya. Kuesioner ini hanya digunakan untuk penelitian semata.

#### I. Data Responden

1. Nama : .....
2. Umur : .....
3. Jenis Kelamin : .....
4. Nama Usaha : .....
5. Jabatan : .....

#### II. PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN LAYANAN *FOOD DELIVERY* TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PENGUSAHA KULINER YANG TERDAFTAR DI GOFOOD PEKALONGAN

Pada bagian ini, saudara/saudari diminta untuk memberikan tanda centang (✓) pada salah satu alternatif jawaban yang menurut saudara/i paling tepat pada kolom yang tersedia.

Simbol	Keterangan	Nilai/bobot
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
CS	Cukup Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

### III. Pernyataan Penelitian

#### 1. Variabel Promosi (X1)

No.	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1.	Produk usaha saya dapat dijangkau atau dikenal luas di masyarakat					
2.	Produk usaha saya mengalami peningkatan penjualan setelah melakukan kerja sama dengan GoFood					
3.	Dalam melakukan periklanan di GoFood terjadi kemajuan pada penjualan produk					

#### 2. Variabel Kualitas Produk (X2)

No.	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1.	Bahan baku atau kualitas produk yang dijual memiliki kualitas yang baik sehingga dapat menciptakan rasa yang enak					
2.	Produk makanan yang dikemas dengan baik dan higienis sehingga dapat menjaga daya tahan saat diterima pelanggan					
3.	Produk usaha kuliner saya memiliki porsi yang pas dan saat ditampilkan di aplikasi go Food agar terlihat menarik					

#### 3. Variabel Layanan *Food Delivery* (X3)

No.	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1.	Dengan adanya event promo di GoFood produk usaha saya dapat dikenal luas di masyarakat melalui layanan GoFood pada aplikasi Gojek					
2.	Layanan GoFood sangat membantu dalam distribusi (penyaluran) produk usaha saya					

#### 4. Variabel Peningkatan Penjualan (Y)

No.	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1.	Penghasilan yang didapatkan tidak hanya dari penjualan di toko (store), konsumen juga meningkat dari hasil penjualan di aplikasi Gojek					
2.	Jumlah produk yang dijual meningkat pada pemesanan lewat aplikasi GoFood					

**Lampiran 2 : Data Mentah Kuesioner**

No.	Promosi (X1)				Kualitas Produk (X2)				Layanan Food Delivery (X3)			Peningkatan Penjualan (Y)		
	X1.1	X1.2	X1.3	Total X1	X2.1	X2.2	X2.3	Total X2	X3.1	X3.2	Total X3	Y.1	Y.2	Total Y
1	4	4	4	12	5	5	5	15	4	4	8	4	4	8
2	5	5	5	15	5	5	3	13	3	4	7	4	4	8
3	5	4	4	13	5	5	5	15	4	4	8	4	4	8
4	5	4	4	13	5	4	5	14	5	5	10	5	5	10
5	4	4	4	12	5	5	5	15	5	5	10	5	4	9
6	4	4	4	12	4	5	5	14	4	4	8	4	3	7
7	5	4	4	13	5	5	5	15	4	4	8	5	5	10
8	5	5	4	14	5	5	5	15	5	5	10	5	5	10
9	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	10	4	3	7
10	5	5	3	13	3	4	4	11	4	4	8	4	4	8
11	5	5	5	15	5	5	4	14	5	5	10	4	4	8
12	5	4	4	13	4	5	5	14	4	4	8	3	3	6
13	5	4	4	13	5	5	5	15	5	5	10	5	4	9
14	4	4	4	12	5	5	4	14	5	5	10	5	5	10
15	5	4	4	13	5	4	5	14	4	5	9	5	4	9
16	5	5	4	14	5	4	4	13	4	5	9	4	5	9
17	5	4	4	13	5	5	5	15	5	5	10	5	5	10
18	5	5	4	14	4	5	5	14	5	5	10	4	5	9
19	4	5	4	13	5	5	5	15	5	5	10	5	5	10
20	5	4	4	13	5	5	5	15	4	4	8	5	4	9
21	5	5	5	15	5	5	5	15	4	4	8	4	4	8
22	5	4	4	13	5	5	4	14	3	3	6	4	4	8
23	5	5	4	14	5	5	5	15	4	5	9	4	4	8
24	4	4	4	12	5	5	4	14	4	4	8	5	5	10
25	4	4	3	11	4	4	5	13	5	5	10	5	5	10
26	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	10	4	4	8

No.	Promosi (X1)				Kualitas Produk (X2)				Layanan Food Delivery (X3)			Peningkatan Penjualan (Y)		
	X1.1	X1.2	X1.3	Total X1	X2.1	X2.2	X2.3	Total X2	X3.1	X3.2	Total X3	Y.1	Y.2	Total Y
27	4	5	5	14	4	4	5	13	5	5	10	4	4	8
28	5	4	4	13	4	4	5	13	5	5	10	4	4	8
29	4	4	4	12	5	5	5	15	4	4	8	5	4	9
30	5	5	5	15	5	5	5	15	3	4	7	4	3	7
31	5	4	4	13	5	5	4	14	4	4	8	5	5	10
32	4	5	4	13	5	5	5	15	4	4	8	5	5	10
33	5	4	5	14	4	5	5	14	4	4	8	5	5	10
34	5	5	5	15	4	4	5	13	5	5	10	4	4	8
35	4	5	4	13	5	5	4	14	4	4	8	4	5	9
36	5	5	5	15	4	4	4	12	5	4	9	3	3	6
37	5	5	5	15	5	4	5	14	4	5	9	4	4	8
38	4	4	4	12	4	5	4	13	4	4	8	4	4	8
39	4	4	4	12	4	4	4	12	4	5	9	5	5	10
40	5	5	5	15	4	4	4	12	4	4	8	3	3	6
41	5	5	5	15	5	5	5	15	4	4	8	4	4	8
42	5	4	4	13	5	5	4	14	5	5	10	5	4	9
43	5	5	5	15	4	4	4	12	4	5	9	4	3	7
44	4	5	5	14	5	5	4	14	3	4	7	4	3	7
45	5	5	5	15	4	5	5	14	3	3	6	4	3	7
46	5	5	5	15	5	5	5	15	4	4	8	4	4	8
47	5	5	5	15	4	4	4	12	3	4	7	4	3	7
48	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8
49	5	4	5	14	5	5	5	15	4	4	8	4	4	8
50	5	5	5	15	4	5	4	13	5	5	10	5	4	9
51	5	5	5	15	5	4	5	14	4	4	8	4	3	7
52	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	10	5	4	9
53	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	10	5	4	9

No.	Promosi (X1)				Kualitas Produk (X2)				Layanan Food Delivery (X3)			Peningkatan Penjualan (Y)		
	X1.1	X1.2	X1.3	Total X1	X2.1	X2.2	X2.3	Total X2	X3.1	X3.2	Total X3	Y.1	Y.2	Total Y
54	5	5	5	15	5	5	4	14	5	5	10	5	5	10
55	5	5	5	15	5	5	5	15	5	4	9	5	4	9
56	5	5	5	15	5	5	5	15	4	4	8	4	4	8
57	4	4	4	12	5	4	4	13	5	5	10	5	5	10
58	5	5	5	15	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8
59	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8
60	4	5	5	14	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8
61	5	5	5	15	5	4	5	14	4	3	7	3	3	6
62	5	5	5	15	5	5	4	14	4	4	8	4	3	7
63	5	5	4	14	5	5	5	15	4	5	9	5	3	8
64	5	5	5	15	5	4	4	13	4	4	8	4	4	8
65	5	4	4	13	5	5	4	14	4	5	9	5	4	9
66	4	5	4	13	4	4	4	12	5	5	10	5	5	10
67	4	4	4	12	4	4	4	12	5	5	10	5	5	10
68	5	5	4	14	5	5	5	15	4	5	9	5	5	10
69	5	5	4	14	5	5	4	14	4	4	8	4	4	8
70	5	5	4	14	5	5	5	15	5	5	10	5	5	10
71	5	4	5	14	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8
72	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	10	5	5	10