



<http://jurnal.usahid.ac.id/index.php/accounting>

Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Pengantaran Grabfood Terhadap Peningkatan Kepuasan Pelanggan di Jakarta Selatan

Nabilah Salwa Safanah¹, Tanjung Prasetyo²

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik responden pengguna GrabFood, kualitas layanan kurir GrabFood terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan terhadap layanan kurir GrabFood, dan pengaruh kualitas layanan kurir GrabFood terhadap kepuasan pelanggan di Jakarta Selatan. Penelitian ini dilakukan kepada pelanggan yang telah menggunakan jasa layanan pengantaran makanan GrabFood di Jakarta Selatan yang berjumlah 100 orang. Analisis yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif, regresi linear sederhana, uji t dan koefisien determinasi, diolah menggunakan program SPSS. Hasil penelitian dengan analisis deskriptif kuantitatif yaitu, penilaian rata-rata terhadap kualitas pelayanan sebesar 3,58 masuk dalam kategori kualitas pelayanan yang baik, dan penilaian rata-rata terhadap kepuasan pelanggan sebesar 3,68 masuk dalam kategori puas, artinya kualitas pelayanan kurir GrabFood berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Jakarta Selatan.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, GrabFood.

Abstract

The purpose of this research is to determine the characteristics of GrabFood user respondents, determine the quality of GrabFood courier services on customer satisfaction, determine customer satisfaction with GrabFood courier services, and determine the influence of the quality of GrabFood courier services on customer satisfaction in South Jakarta. This research was conducted on 100 customers who have used the GrabFood food delivery service in South Jakarta. The analysis used is descriptive quantitative, simple linear regression, t test and coefficient of determination, processed using the SPSS program. The results of research using quantitative descriptive analysis are that the average assessment of service quality is 3.58, which is in the good service quality category, and the average assessment of customer satisfaction is 3.68, which is in the satisfied category, meaning that the quality of GrabFood courier service has an influence on customer satisfaction in South Jakarta.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, GrabFood.

Article History:

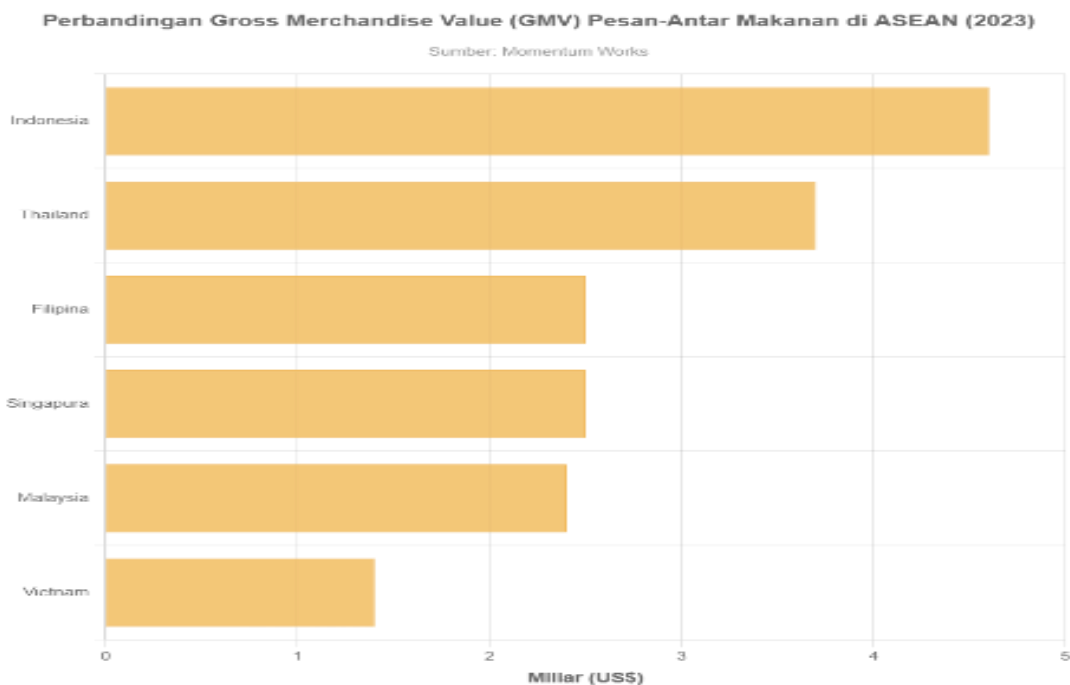
Submitted/Received 3 Mar 2024
First Revised 16 May 2024
Accepted 9 June 2024
Publication Date 01 Dec 2024

*Correspondence E-mail:
12019110080@usahid.ac.id

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan
Bisnis, Universitas Sahid
Jakarta

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini, muncul lah inovasi dalam dunia transportasi, yaitu transportasi online. Transportasi online ini pun berkembang menjadi beberapa layanan yang dapat dinikmati oleh masyarakat, salah satunya layanan pemesanan makanan. Dalam berkembangnya layanan jasa yang dapat dinikmati masyarakat inilah perusahaan harus memiliki saluran pendistribusian jasa yang baik agar penyaluran barang dapat lebih cepat dan mudah. Meningkatnya penggunaan layanan jasa antar makanan ini dipengaruhi oleh adanya berbagai kemudahan, baik bagi konsumen ataupun pemilik restoran. Faktor selanjutnya yaitu adalah kecepatan pengiriman, yang didasarkan pada seberapa cepat pesanan diantarkan oleh kurir pengiriman. Hal inilah yang melandasi layanan jasa antar makanan menjadi salah satu layanan yang paling digemari oleh masyarakat karena dapat memudahkan pelanggan dalam memenuhi kebutuhan khususnya dalam membeli makanan (Lisnawati dkk., 2019).



Gambar 1. Data GMV Pesan Antar Terbesar Asia Tenggara (2023)
(Sumber: Momentum Works)

Layanan GrabFood merupakan salah satu aplikasi pemesan makanan secara *online* yang terdapat di aplikasi Grab yang melibatkan pengguna, merchant, serta menggunakan pengantaran yang mana makanan yang di pesan nantinya akan diantarkan oleh kurir (orang yang bertugas mengantarkan barang) kepada pelanggan yang telah memesan. Dalam hal ini kualitas pelanggan yang diberikan kurir terhadap pelanggan akan menentukan tingkat kepuasan pelanggannya, dimana setelah pelanggan menerima pesanan, para pelanggan akan memberikan rating layanan kepada para kurir di dalam aplikasi yang menentukan pendapat antara puas atau tidak puas terhadap kualitas pelayanan yang telah diberikan kurir tersebut kepada pelanggan (Octavia, 2020).

Terdapat dua faktor yang berpengaruh terhadap kualitas pelayanan yaitu harapan pelanggan dan kinerja perusahaan yang dirasakan oleh konsumen. Kualitas pelayanan dikatakan baik dan memuaskan jika perusahaan dapat memberikan jasa melampaui harapan konsumen. Jika jasa yang diberikan lebih rendah daripada harapan konsumen, maka kualitas pelayanan perusahaan dianggap buruk. Kualitas pelayanan ini juga dapat menentukan apakah konsumen akan melakukan pembelian ulang yang lebih sering atau tidak (Dewa, 2018).

Tabel 1. Keluhan Mengenai Kualitas Layanan dengan Kepuasan Pelanggan

Keluhan Pelanggan	Pernyataan
Kurir tidak mengambil pesanan konsumen	Pelanggan telah menunggu konfirmasi dari kurir mengenai pesannya akan tetapi pesanan mendadak dibatalkan dan berujung dengan pencarian kurir yang lain sehingga pelanggan membayar jasa tersebut 2 kali.
Adanya perbedaan nomor dan jenis kendaraan dengan yang tertulis pada aplikasi	Ketidaksesuaian kurir dengan kendaraannya dapat meningkatkan ketidakpercayaan pelanggan.
Adanya kesulitan pelanggan dalam mencari kurir	Kurir tidak menerima pesanan pelanggan.
Kurir yang tidak tepat waktu	Tidak sesuai dengan waktu yang dijanjikan dan tidak paham dengan penggunaan map di dalam fitur sehingga mengecewakan pelanggan.
Kurir yang mengambil 2 pesanan dalam satu waktu.	Kurir mengambil 2 pesanan berbeda dalam satu waktu sehingga pelanggan merasa durasi pemesanan tersebut memakan waktu yang cukup lama.
Kurir yang tidak amanah dalam melakukan pekerjaannya	Kurir melakukan debit saldo ovo pelanggan sehingga pelanggan tersebut merasa dirugikan.

Sumber: Review di Aplikasi GrabFood pada Playstore

Berdasarkan permasalahan-permasalahan yang terjadi di atas, berbagai keluhan yang dirasakan pelanggan oleh kualitas layanan yang diberikan oleh kurir menunjukkan reaksi yang kurang baik karena sekecil apapun masalah yang dihadapi, dapat mengakibatkan kerugian, baik dari sisi pelanggan maupun dari sisi kurir. Dalam sisi pelanggan, pelanggan merasa dirugikan dengan kualitas layanan jasa yang di dapat sehingga pelanggan akan berpikir dua kali untuk menggunakan layanan jasa yang sama di kemudian hari. Bila jasa yang menjadi harapan oleh pelanggan tak cocok dengan hal yang tampak, sehingga dapat dipastikan pelanggan dapat merasakan ketidakpuasan (Dwipayana & Sulistyawati, 2018). Lalu bagi sisi kurir juga dapat dirugikan, yaitu adanya penilaian yang buruk bagi para kurir setelah melakukan layanan jasa pengantaran makanan yang berpengaruh terhadap penilaian di aplikasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan pengantaran yang diberikan kurir GrabFood terhadap kepuasan pelanggan di Jakarta Selatan.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan. Definisi pelayanan adalah tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan sesuatu (Kotler et.al., 2007). Kualitas pelayanan

dapat diukur oleh tingkat perbedaan antara harapan atau keinginan konsumen dan persepsi mereka dari apa yang mereka terima, kualitas pelayanan mungkin dapat dilihat sebagai suatu kelemahan kalau pelanggan mempunyai harapan yang terlalu tinggi, walaupun dengan pelayanan yang baik (Ranto, 2015). Pada intinya, kualitas layanan berfokus kepada keinginan pelanggan, jasa yang dipersepsikan dan jasa yang diharapkan merupakan faktor pertama yang mempengaruhi kualitas layanan jasa (Wahyudi et.al., 2023). Berikut ini faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan (Hidayat, 2021):

1. Kualitas Pelayanan Internal, berkaitan dengan interaksi jajaran pegawai perusahaan dengan fasilitas yang tersedia. Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan internal antara lain:

- Pola manajemen umum organisasi/perusahaan.
- Penyediaan fasilitas pendukung.
- Pengembangan sumber daya manusia.
- Iklim kerja dan keselarasan hubungan kerja.
- Pola insentif.

2. Kualitas Pelayanan Eksternal

Faktor - faktor yang mempengaruhinya antara lain:

Berkaitan dengan penyediaan jasa.

- Pola layanan dan tata cara pembentukan jasa tertentu.
- Pola layanan distribusi jasa.
- Pola layanan penjualan jasa.
- Pola layanan dalam penyampaian jasa.

Berkaitan dengan penyediaan barang.

- Pola layanan dan pembuatan barang berkualitas atau penyediaan barang berkualitas.
- Pola layanan pendistribusian barang.
- Pola layanan penjualan barang.
- Pola pelayanan penjualan jasa.

Indikator Kualitas Pelayanan, menurut (Bitner, etal., 2010), indikator kualitas pelayanan mengidentifikasi lima karakteristik yang digunakan konsumen dalam mengevaluasi kualitas pelayanan jasa, antara lain:

1. Bukti Fisik (*Tangible*), kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.
2. Keandalan (*Reliability*), kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
3. Daya Tangkap (*Responsiveness*), ketanggapan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat waktu kepada konsumen dan menyampaikan informasi yang jelas.
4. Jaminan (*Assurance*), pengetahuan, kesopanan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi, keamanan, kredibilitas, kompetensi dan sopan santun.
5. Empati (*Empathy*), dengan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat konsumtif dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

Kepuasan Pelanggan. Istilah kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler, et.al., 2007). Kepuasan merupakan sebuah fungsi perbedaan antara kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) dengan harapan (*expectation*). Harapan pelanggan melatar belakangi mengapa dua organisasi yang sama dinilai berbeda oleh pelanggannya (Hidayat, 2021). Kepuasan pelanggan adalah perbandingan antara harapan terhadap persepsi pengalaman (dirasakan/diterima), dan juga pengukuran atau indikator sejauh mana pelanggan atau pengguna produk perusahaan atau jasa merasa senang dengan produk-produk atau jasa yang diterima (Fatihudin & Firmansyah, 2019). Tujuan untuk melibatkan pelanggan dalam pengembangan produk dan jasa adalah agar perusahaan dapat memenuhi harapan pelanggan, bahkan jika mungkin melebihi harapan pelanggan (Ranto, 2015).

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atas hasil kerja produk atau jasa dalam memudahkan harapan pelanggan. Pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi dan akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui. Terdapat 5 faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan (Indrasari, 2019), yaitu:

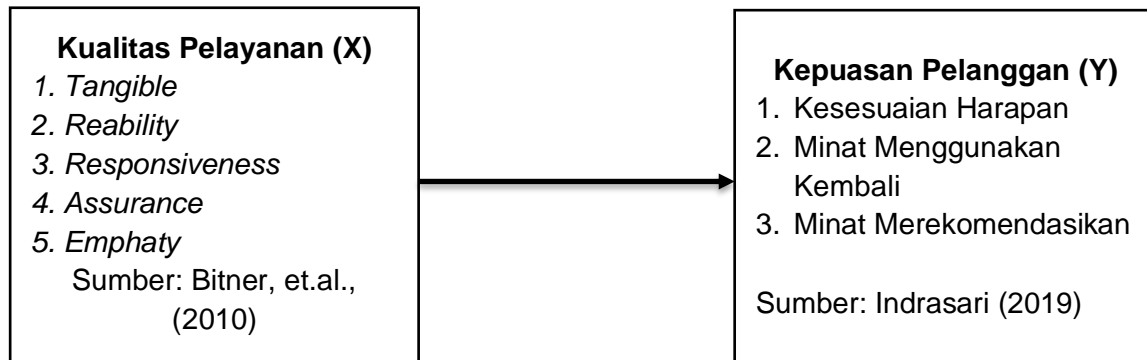
1. Kualitas Produk Pelanggan merasa puas apabila evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan memang berkualitas.
2. Kualitas Pelayanan Pelanggan akan merasa puas apabila mendapat pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan terutama dalam bidang jasa. Pelanggan yang puas akan menunjukkan kemungkinan untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa yang sama.
3. Harga Biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting. Akan tetapi faktor harga bukan lagi menjadi jaminan suatu produk memiliki kualitas yang baik.
4. Emosional Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merek tertentu.
5. Faktor Biaya Pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan dan tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa.

Indikator Kepuasan Pelanggan

Adapun indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan (Indrasari, 2019), yaitu sebagai berikut:

1. Kesesuaian Harapan, kepuasan tidak diukur secara langsung tetapi disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan yang sebenarnya.
2. Minat Berkunjung Kembali, kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan ingin membeli atau menggunakan kembali jasa perusahaan.
3. Kesiediaan Merekomendasikan, kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan akan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain seperti, keluarga teman, dan lainnya.

Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Desain penelitian. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif. Pendekatan kuantitatif dengan format deskriptif memiliki tujuan untuk menjelaskan, merangkum, berbagai kondisi, situasi, atau berbagai variabel yang muncul dalam masyarakat berdasarkan pada apa yang sedang terjadi (Ariwibawa, 2021). Penelitian kuantitatif bertumpu sangat kuat pada pengumpulan data. Data yang dimaksud berupa angka hasil pengukuran. Pengukuran yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada orang-orang yang berdomisili di Jakarta Selatan yang pernah menggunakan layanan aplikasi GrabFood, kemudian dilakukan uji instrument validitas dan reabilitas, hasil dari data kuesioner kemudian dilakukan coding data dalam bentuk angka sesuai dengan interpretasi skala likert, kemudian menghasilkan data dan pembahasan melalui analisis deskriptif, selanjutnya menarik kesimpulan dan saran. Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh variabel (X) kualitas pelayanan dan variabel (Y) kepuasan pelanggan.

Data Primer dan Data Sekunder. Dalam penelitian ini data primer diperoleh secara langsung melalui kuesioner dimana pernyataan dibuat tertulis dalam bentuk *google Form* dan disebarikan kepada 100 orang yang pernah membeli makanan di GrabFood. Sedangkan data sekunder diperoleh dari hasil pencarian di internet, skripsi, jurnal ilmiah, dan penelitian terdahulu yang diteliti sebelumnya.

Populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah para pelanggan di Jakarta Selatan yang diketahui telah menggunakan layanan jasa GrabFood dalam membeli makanan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah melalui *accidental sampling*, yaitu langsung memberikan kuesioner kepada orang-orang yang dijumpai peneliti di tempat penelitian atau orang-orang yang diketahui pernah menggunakan jasa layanan (Karundeng, et.al., 2021). Klasifikasi pada sampel yang digunakan dikategorikan berdasarkan usia, jenis kelamin, profesi/pekerjaan dan intensitas pembelian melalui GrabFood dalam sebulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Koefisien Determinasi. Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas layanan kurir GrabFood terhadap peningkatan kepuasan pelanggan. Nilai R Square (Koefisien Determinasi) sebesar 0,248 atau 24,5%. Sehingga kualitas pelayanan kurir GrabFood berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan sisanya 75,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diketahui. Hasil uji koefisien determinasi tersebut memberikan makna bahwa masih terdapat variabel independent lain yang mempengaruhi kualitas layanan pengantaran kurir GrabFood terhadap kepuasan pelanggan di Jakarta Selatan.

Karakteristik Responden. Karakteristik responden ini ialah profil terhadap objek penelitian yang dapat memberikan jawaban atas pernyataan yang diberikan. Menurut hasil dalam penelitian ini diketahui bahwa seluruh responden pernah menggunakan dan memanfaatkan layanan GrabFood pada aplikasi Grab. Mayoritas responden adalah perempuan. Budaya konsumerisme ini memang melekat pada perempuan. Seorang perempuan cenderung digambarkan lebih konsumtif daripada pria karena kebutuhannya (Rachel & Rangkuty, 2020). Dalam penelitian ini seorang pelajar atau mahasiswa yang berkisar usia 21 – 25 tahun cenderung membeli makanan dari luar untuk menghemat waktu dan tenaga di sela-sela kesibukannya, selain itu mereka dapat dengan mudah mencari makanan di sekitar tempat tinggal dengan mencocokkan dengan kemampuan keuangannya dikarenakan rentang usia tersebut belum punya penghasilan yang besar. Sehingga dengan adanya manfaat yang signifikan, rata-rata mereka melakukan pembelian di GrabFood sebanyak 2 – 3 kali dalam sebulan. Kecepatan dan keefisienan yang diberikan oleh layanan Grabfood inilah yang membuat pelanggan dapat langsung merasakan manfaatnya dan memutuskan untuk melakukan penggunaan layanan kembali di kemudian hari.

Validitas. Uji validitas digunakan agar dapat memperoleh data yang valid. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai *component* dengan batas *signifikan* sebesar 0,05. Pada hasil penelitian ini didapatkan hasil secara keseluruhan sebanyak 16 indikator dari kedua variabel dinyatakan valid, karena hasil uji validitas seluruh pernyataan kuesioner memiliki nilai R hitung yang lebih besar dari R tabel yaitu 0,196. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator dinyatakan valid.

Reliabilitas. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Pada hasil uji reliabilitas dapat diketahui bahwa semua variabel kualitas layanan (X) dan variabel kepuasan pelanggan (Y) memiliki Cronbach Alpha diatas 0,80 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan dan kepuasan pelanggan dinyatakan reliabel. Berikut hasil uji reliabilitas pada masing – masing variabel:

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Layanan (X)	0,928	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,876	Reliabel

Analisis Regresi Linear Sederhana. Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana diketahui nilai constant (a) sebesar 1,013 dan nilai variabel kualitas layanan

Pengaruh Kualitas Layanan Pengantaran Kurir Grabfood Terhadap Peningkatan ...
Nabilah Salwa Safanah, Tanjung Prasetyo

(b/koefisien regresi) sebesar 0,726. Maka persamaan regresi linear sederhana ialah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 1,013 + 0,726X$$

Pada tabel 5, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi yang diperoleh yaitu 0,000 nilai tersebut <0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Layanan (X) berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) di layanan GrabFood Jakarta Selatan.

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana
Coefficients^a

Model		Unstandardized		Standardized	T	Sig.
		Coefficients	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.013	2.328		9.871	.000
	Kualitas Pelayanan	.726	.633	.496	4.435	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel 5, diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 sehingga memperoleh hasil bahwa H₀ ditolak dan H_a diterima. Kesimpulannya, untuk menjawab tujuan penelitian didapatkan hasil perhitungan uji t yang menyatakan bahwa Kualitas Layanan pengantaran kurir GrabFood berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di Jakarta Selatan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis karakteristik pelanggan memiliki 5 kategori, yaitu kategori berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, pernah menggunakan layanan atau tidak, dan jumlah intensitas pembelian pelanggan di GrabFood dalam satu bulan. Hasil penelitian mengenai kategori berdasarkan jenis kelamin memiliki survey tertinggi yaitu pada pengguna perempuan. Berdasarkan usia dan pekerjaan, kategori usia 21 – 25 tahun dan pelajar/mahasiswa mendominasi. Kemudian, kategori berdasarkan pernah tidaknya menggunakan layanan GrabFood memiliki hasil survey 100% yang artinya semua responden pernah menggunakan layanan tersebut untuk memenuhi kebutuhan mereka. Dan yang terakhir, karakteristik berdasarkan jumlah intensitas pembelian dalam satu bulan, pelanggan menggunakan layanan GrabFood sebanyak 2 – 3 kali dalam sebulan. Hasil penelitian mengenai persepsi konsumen terhadap kualitas layanan kurir GrabFood sangat puas dengan nilai tertinggi pada pernyataan prosedur pelayanan yang mudah dan tidak membingungkan serta driver tanggap terhadap kemauan atau keluhan pelanggan yang artinya responden sangat setuju bahwa nilai kepraktisan dan nilai daya tanggap yang diberikan oleh driver GrabFood dapat dikatakan menarik untuk digunakan. Hasil penelitian mengenai persepsi konsumen terhadap kepuasan pelanggan termasuk ke dalam kategori sangat puas dengan nilai tertinggi pada pernyataan puas akan manfaat menggunakan

layanan yang di dapat dan akan melakukan pembelian berulang melalui aplikasi layanan GrabFood, yang artinya responden sangat setuju bahwa setelah mencoba dan mengetahui manfaat yang di dapat setelah menggunakan layanan aplikasi GrabFood mereka bersedia untuk melakukan pembelian berulang. Sehingga dapat dikatakan layanan aplikasi GrabFood merupakan layanan yang layak untuk digunakan. Diharapkan untuk kurir GrabFood dapat terus meningkatkan kualitas layanan yang diberikan dengan meneliti kebutuhan-kebutuhan konsumen dalam menggunakan layanan jasa GrabFood dalam membeli makanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariwibawa, A. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Grabfood (Studi Pada Mahasiswa S-1 Universitas Brawijaya Malang)*. 9(2), 1–10.
- Bitner, M. J., W., Zeithaml, V. A., Kenan-Flagler, Gremler, D. D., & College. (2010). *Technology's Impact on the Gaps Model of Service Quality*. 198–218. <https://doi.org/10.1007/978-1-4419-1628-0>
- Dewa, C. B. (2018). Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. Yogyakarta. CAPS (CenterForAcademicPublishingService). *Perspektif*, 16(1), 1–6.
- Dwipayana, B., & Sulistyawati, E. (2018). Peran Kepuasan Dalam Memediasi Pengaruh Kepercayaan Terhadap Niat Beli Ulang Pada Go-Food Di Feb Unud. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(10), 5197–5229. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i10.p01>
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Deepublish.
- Hidayat, W. (2021). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Go Food Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen*. Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran & Kepuasan Pelanggan. In *Unitomo Press*. Unitomo Press.
- Karundeng, M. E., Tamengkel, L. F., & Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Benteng Resort Batu Putih. *Productivity*, 2(6), 511–517. <file:///C:/Users/rizky/Downloads/npioh,+Jurnal+Meijina+511-517.pdf>
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran*. PT Indeks.
- Lisnawati, Rosa, A., Yunita, D., & Hartati. (2019). Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Pesan Antar Makanan Online di Palembang. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 17(3), 147–158.
- Octavia, Y. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Kurir GrabFood Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Karyawan Puskesmas Basuki Rahmad Kota Bengkulu*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
- Rachel, R., & Rangkuty, R. P. (2020). Konsumerisme Dan Gaya Hidup Perempuan Di Ruang Sosial: Analisis Budaya Pembedaan Diri Di Lingkungan Fisip Unimal. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Malikussaleh (JSPM)*, 1(1), 97–113. <https://doi.org/10.29103/jspm.v1i1.3094>

Pengaruh Kualitas Layanan Pengantaran Kurir Grabfood Terhadap Peningkatan ...
Nabilah Salwa Safanah, Tanjung Prasetyo

- Ranto, D. W. P. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Berbelanja Pada Toko Modern Di Yogyakarta. *JBTI: Jurnal Bisnis Teori dan Implementasi*, 6(1), 15–32.
- Wahyudi, D., Nursanti, S. P. F., Putri, M. S., & Farida, F. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Fasilitas, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di Pemancingan Oji Kota Depok. *Management & Accounting Expose*, 6(2), 93–106. <http://jurnal.usahid.ac.id/index.php/accounting>