



PERSEPSI MAHASISWA UNIVERSITAS SILIWANGI ANGKATAN TAHUN 2019 PADA PENGGUNAAN ONLINE FOOD SELAMA PANDEMI COVID-19

Resa Nur Fadila¹, Annisa Eka Puspita², Siti Nurjanah³

^{1,2,3}Universitas Siliwangi

Article Info:

Dikirim: 30 Mei 2022

Direvisi: 9 Juni 2022

Diterima: 29 Juni 2022

Tersedia Online: 30 Juni 2022

Penulis Korespondensi:

Resa Nur Fadila

Universitas Siliwangi, Tasikmalaya,
Indonesia

Email: fadilaresa@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa Universitas Siliwangi angkatan tahun 2019 dalam penggunaan online food selama pandemi Covid-19. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif yang menggambarkan fenomena terkait hal tersebut, pengumpulan data dilakukan dengan survey yang berupa kuisioner yang diberikan melalui google form. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu simple random sampling dengan responden sebanyak 50 orang. Indikator dalam penelitian ini yang diaplikasikan untuk melihat persepsi mahasiswa Universitas Siliwangi angkatan tahun 2019 dalam penggunaan online food selama pandemi Covid-19 yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko. Data yang dihasilkan penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat menunjukkan 92% menyatakan menggunakan online food bermanfaat dan efektif dimasa pandemi, persepsi kemudahan menunjukkan 98% online food mudah digunakan, dan persepsi risiko menunjukkan 60% pendapat bahwa risiko menggunakan online food tinggi. Jadi dapat disimpulkan bahwa penggunaan online food pada mahasiswa Universitas Siliwangi Tahun 2019 di pengaruhi oleh tiga persepsi yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan, serta persepsi risiko.

Kata kunci: online food; persepsi; mahasiswa.

Abstract: This research was conducted with the aim of finding out how the perceptions of Siliwangi University students class of 2019 in the use of online food during the Covid-19 pandemic. The method used in this study is descriptive qualitative which describes phenomena related to this, data collection was carried out with a survey in the form of a questionnaire given through a google form. The sampling technique in this study was simple random sampling with 50 respondents. The indicators in this study that were applied to see the perceptions of Siliwangi University students class of 2019 in the use of online food during the Covid-19 pandemic were the perception of benefits, perception of convenience, and perception of risk. The data produced by the study showed that the perception of benefits showed that 92% stated that using online food was beneficial and effective during the pandemic, the perception of ease showed that 98% of online food was easy to use, and the perception of risk showed 60% of the opinion that the risk of using online food was high. So it can be concluded that the use of online food in Siliwangi University students in 2019 is influenced by three perceptions, namely the perception of benefits, the perception of convenience, and the perception of risk.

Keywords: online food; perception; student.

1. PENDAHULUAN

Pada akhir tahun 2019 lalu dunia digemparkan dengan wabah virus corona yang berasal dari Kota Wuhan Provinsi Hubei, China. *Corona Virus* (Covid-19) ini semakin global dengan terdapatnya laporan mengenai kasus kematian yang dialami masyarakat di luar China, sehingga Covid-19 ini dianggap sebagai sebuah fenomena yang meresahkan dunia. Hal ini juga diperkuat oleh pernyataan dari *World Health Organization* (WHO) pada tanggal 30 Januari 2020 yang telah menetapkan Covid-19 sebagai suatu urgensi atau kedaruratan kesehatan bagi dunia. Pada awal tahun 2020, telah terkonfirmasi adanya kasus Covid-19 yang masuk ke Indonesia, dan pada kenyataannya virus ini juga menyebar luas ke hampir seluruh negara sehingga penyakit ini membawa dampak pandemi. Akibat dari pandemi Covid-19 ini menyebabkan aktivitas masyarakat terganggu karena pemerintah memberikan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 21/2020 serta *Physical Distancing*, sehingga dalam [1] Indonesia terancam mengalami resesi. Berdasarkan data survey dari Badan Pusat Statistik (BPS) sektor yang paling signifikan terdampak akibat pandemi adalah sektor akomodasi, makanan dan minuman.

Dengan terbatasnya aktivitas masyarakat yang hanya boleh dilakukan dari rumah, mulai dari belajar dari rumah hingga *Work From Home* (WFH) ketika pandemi, hal ini menyebabkan terjadinya perubahan pola dan gaya hidup masyarakat, salah satunya berdampak pada sektor makanan dan minuman atau kuliner. Dengan pembatasan layanan makan ditempat karena PSBB, banyak para pelaku usaha dibidang kuliner seperti restoran, cafe dan kedai makanan yang beradaptasi dan bertransformasi menggunakan sistem penjualan makanan secara *online*. Respon masyarakat sangat tertarik dengan layanan pembelian makanan secara *online* (*online food*) ini. Berdasarkan lembaga penelitian Nielsen menyatakan bahwa 95 % masyarakat Indonesia menyukai makanan siap saji dan diantaranya 58 % memesan makanan melalui jasa *online food* [2].

Pada era digital saat ini, *Digital Marketing* adalah solusi yang tepat bagi UMKM untuk mempertahankan bisnisnya, karena pada era seperti ini segala hal akan terintegrasi langsung dengan internet. Menurut *American Marketing Association*, *Digital Marketing* adalah aktivitas, institusi serta proses untuk mempromosikan penciptaan, mengkomunikasikan dan menyampaikan suatu nilai lebih kepada konsumen dan pihak lain melalui teknologi digital [3]. Dan fenomena ini menimbulkan berbagai reaksi dikalangan masyarakat, termasuk pelaku usaha dan konsumen. Perkembangan teknologi yang semakin pesat ini harus bisa dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya guna menstabilkan perekonomian Indonesia. Dengan adanya perkembangan teknologi berbasis internet ini salah satu jenis usaha yang berkembang yaitu *e-commerce* dan ritel *online*. Hal ini membuat para pelaku usaha dapat mencoba menerapkan model bisnis berbasis internet dan melayani jasa via *offline* dan *online*. Meningkatnya jumlah pengguna internet telah diiringi dengan maraknya aplikasi yang bermunculan bersamaan dengan diproduksinya *smartphone* dengan *Operating System* (OS) yang semakin mendekati kepada kehidupan manusia yang ditunjukkan dengan kemudahan dan kenyamanan penggunaannya [4].

Online food merupakan proses pembelian makanan oleh konsumen secara *online* tanpa harus datang ke tempat secara langsung dan konsumen hanya menunggu pesannya siap diantar. Fitur layanan *online food* diantaranya memberikan beragam pilihan makanan dan minuman, dapat mendeteksi restoran, warung makan dan sebagainya terdekat dengan lokasi konsumen yang diinginkan, serta fitur lainnya sehingga dapat memberikan rasa aman, nyaman, mudah, serta bermanfaat bagi konsumen. Fenomena *online food* ini semakin populer pada era yang serba *instant* ini, terutama di kalangan mahasiswa dan pekerja kantoran yang lebih terbantu dengan sistem *take away* saat makan.

Fitur aplikasi yang sukses dalam layanan *online food* diantaranya adalah *GoFood* by Go-Jek, *Grab Food* by Grab dan *Shopee Food* by Shopee yang memiliki pelayanan yang menarik, promo yang menarik dan membantu memudahkan pemenuhan kebutuhan akan makanan dan minuman serta meringankan pekerjaan. Pengembangan fitur dari ketiga aplikasi diatas dapat menarik minat masyarakat dan menjadi salah satu fitur layanan favorit bagi kalangan mahasiswa. Keberhasilan *Online Food* kini sudah menjadi tren global karena pangsa pasar *online food* semakin luas dan laju pertumbuhannya semakin cepat. Layanan *online food* mengacu pada layanan pengiriman makanan berbasis internet yang menghubungkan pelanggan dengan penyedia jasa layanan makanan yang bermitra dengan situs web atau aplikasi. Dalam aplikasi *online food* terdapat berbagai daftar menu beserta harga dan deskripsi yang jelas, sehingga memungkinkan konsumen untuk membandingkan menu, harga dan ulasan dari pengalaman pengguna yang lain. Jadi pemesanan makanan melalui *online food* dimasa pandemi dianggap sebagai solusi terbaik [5].

Trend Online Food yang terjadi akibat pandemi telah mengubah kebiasaan masyarakat Indonesia untuk melakukan adaptasi dengan gaya hidup yang baru. Dimana ketika konsumen merasakan kepuasan saat menggunakan *online food*, maka konsumen tersebut akan repeat *order* melalui aplikasi tersebut [6]. Dengan kemudahan dan kenyamanan penggunaan *online food*, konsumen tidak perlu risau dan te tap mampu menjaga protokol kesehatan dengan tidak keluar rumah, namun juga memiliki beberapa keterbatasan, seperti konsumen tidak dapat mengetahui kondisi makanan secara langsung, sehingga hal tersebut dapat menciptakan suatu risiko. Menurut [7], persepsi risiko adalah suatu penilaian subjektif dari seseorang terhadap berbagai kemungkinan dari sebuah kejadian kecelakaan dan tingkat kekhawatiran individu tersebut dengan konsekuensi ataupun dampak yang muncul karena kejadian tersebut. Apabila konsumen merasakan risiko yang tinggi, maka niat konsumen untuk membeli secara *online* itu rendah, dan sebaliknya ketika merasakan risiko rendah, maka niat konsumen untuk membeli secara *online* itu tinggi.

Mempertahankan kepuasan konsumen sangat penting untuk keberlangsungan suatu usaha, terlebih lagi dimasa krisis seperti pandemi Covid-19 fitur yang baru dan menarik akan mendorong para pengguna *online food* untuk loyal terhadap layanan yang ditawarkan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui persepsi mahasiswa Universitas Siliwangi angkatan 2019 dalam menggunakan layanan *Online Food* selama pandemi Covid-19. Penelitian ini memberikan landasan teoretis dengan menggunakan *Technology Accepted Model* (TAM) dalam konteks Persepsi Mahasiswa Universitas Siliwangi Angkatan 2019 pada penggunaan layanan fitur aplikasi *Online Food* : *GoFood*, *GrabFood* dan *ShopeeFood* selama pandemi Covid-19.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di lingkungan Universitas Siliwangi pada mahasiswa Universitas Siliwangi tahun Angkatan 2019 dengan *range* usia 20-23 tahun. Pengambilan subjek penelitian ini berdasarkan pada kondisi Pandemi Covid-19 yang mengharuskan *social distancing*, sehingga masyarakat tidak bisa makan ditempat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengalaman mahasiswa yang menggunakan aplikasi-aplikasi yang didalamnya menyediakan jasa layanan *online food*.

Populasi yang digunakan yaitu mahasiswa yang sering menggunakan *online food* untuk memenuhi kebutuhannya dimasa pandemi Covid-19. Sampel penelitian ini berjumlah 50 responden pengguna *online food*, dengan Teknik *simple random sampling* atau pengambilan *sample* secara acak. Sugiyono dalam [8] menjelaskan bahwa *simple random sampling* merupakan metode pengambilan dari sebuah populasi dengan cara tertentu sehingga setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih. Metode yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif, [9] menyatakan metode deskriptif kualitatif adalah penggambaran, menganalisis, dan rangkuman berbagai kondisi dan situasi dari berbagai data yang telah terkumpul terkait masalah yang diteliti yang terjadi dilapangan. *Instrument* penelitian yang digunakan dalam mengukur *intense* penggunaan *online food* yaitu indikator persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko melalui *technology accepted model* (TAM). TAM adalah salah satu model *system* informasi bisnis untuk mengetahui tentang penerimaan model teknologi oleh pengguna.

Pengambilan data dalam penelitian ini dilakukan melalui *survey* berupa kuisisioner yang dibagikan melalui *google form*. Setiap responden diminta untuk menunjukkan sejauh mana setuju dan ketidaksetujuannya tentang persepsi penggunaan *online food*, kemudian data yang di peroleh akan di interpretasikan secara deskriptif dengan tujuan mendapatkan kesimpulan persepsi mengenai *online food* yang dimiliki oleh mahasiswa Angkatan 2019 Universitas Siliwangi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Persepsi Mahasiswa Universitas Siliwangi Angkatan 2019 pada penggunaan *online food* selama masa pandemi covid-19 diukur dengan pendekatan *Technology Accepted Model* (TAM). Adapun ciri-ciri dari responden yaitu berupa profil yang terisi dalam kuesioner penelitian yang terdiri dari *gender*, dan jenis-jenis *online food* yang responden gunakan. Dengan demikian, profil tersebut akan dijabarkan lebih jelas pada table 1 berikut ini.

Tabel 1. Data responden

Index	Item
Perempuan	H
Laki-Laki	L

Catatan:

H : High Percentage: 80%

M : Medium Percentage: -

L : Low Percentage: 20%

Tabel 1 menyatakan bahwa mayoritas mahasiswa Universitas Siliwangi Angkatan 2019 yang berjumlah 50 responden adalah perempuan yakni sebesar 80% sedangkan untuk laki-laki sebesar 20%.

Tabel 2. Penggunaan *online food*

Index	Item 1 Responden Mengetahui Mengenai <i>Online Food</i>	Item 2 Penggunaan aplikasi <i>Online Food</i>
Setuju	H	H
Tidak Setuju	-	L

Catatan:

H : *High Percentage*: Item 1: 100%, Item 2: 80%

M : *Medium Percentage*: -

L : *Low Percentage*: Item 1: -, Item 2: 20%

Tabel 2 menyatakan bahwa mayoritas mahasiswa Universitas Siliwangi angkatan 2019 telah mengetahui dan menggunakan *online food* sebagai media untuk membeli atau memesan makanan dan minuman untuk memenuhi kebutuhan pangannya, sesuai dengan hasil presentase yang menunjukkan 100% mengetahui tentang adanya *online food* dan 80% telah menggunakan aplikasi *online food*.

Tabel 3. Macam-macam *online food* yang digunakan

Index	Item 1
Gofood	H
Grabfood	L
Shopeefood	M

Catatan:

H : High Percentage:66%

M : Medium Percentage:20%

L : Low Percentage: 14%

Tabel 3 menyatakan bahwa dominasi mahasiswa Universitas Siliwangi angkatan 2019 menggunakan *online food GoFood*, hal tersebut karena menurut konsumen dengan menggunakan aplikasi Gofood fitur yang disediakan cukup menarik diantaranya harga yang ditawarkan lebih murah, menawarkan diskon yang beragam, dan gratis ongkir pada waktu tertentu. Selain itu, responden dapat memesan makanan baik itu dalam jarak tempuh jauh maupun dekat dapat ditempuh lebih cepat melalui aplikasi *online food* yang dimana dilakukan secara *online* yang membuat responden tidak perlu repot-repot melakukan pergerakan atau aktivitas yang membutuhkan fisik yang berlebih cukup hanya dengan *smartphone* responden dapat memesan makanan dengan mudah.

Perespsi mahasiswa Universitas Siliwangi angkatan 2019 mengenai *online food* yang dimana dilakukan dengan pendekatan *Technology Accepted Model (TAM)* berdasarkan Singgih [10] dengan indikator yang digunakan yakni dengan pengukuran persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*), persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*), dan persepsi risiko (*Perceived Risk*).

Tabel 4. Persepsi manfaat (*perceived usefulness*)

Index	Item 1 <i>Online Food Lebih Hemat</i>	Item 2 <i>Efektif Digunakan Dimasa Pandemic</i>
Setuju	H	H
Tidak Setuju	L	L

Catatan:

H : High Percentage: Item 1: 68%, Item 2: 32%

M : Medium Percentage: -

L : Low Percentage: Item 1: 92%, Item 2: 8%

Tabel 4 menyatakan bahwa persepsi manfaat bagi mahasiswa Universitas Siliwangi angkatan 2019 yaitu sebesar 68% yang dimana menunjukkan bahwa penggunaan *online food* bisa membantu dalam menghemat biaya kebutuhan pangan responden. Hal ini didasari oleh adanya layanan gratis ongkir, *voucher*, *discount*, serta promo-promo yang tersedia yang dimana membuat responden dapat menjadi lebih efisien dalam mengelola keuangannya. Selain itu sebesar 92% menyatakan bahwa penggunaan *online food* dapat menunjang dalam efektivitas penggunaan tenaga dan waktu responden yang dimana hal tersebut akan membantu mempermudah kegiatan sehari-hari responden yang dimana menjadi lebih efektif lagi.

Dalam masa pandemi Covid-19 ini dimana adanya *social distancing* yang membatasi aktivitas responden guna untuk mencegah penyebaran virus Covid-19, dengan adanya *online food* dapat membantu responden untuk mengurangi risiko terkena Covid-19 hal ini karena aktivitas yang dilakukan responden dapat dilakukan dirumah. Selain itu, dengan adanya *online food* membuat responden dalam memesan makanan menjadi lebih efektif hal ini karena aktivitas tersebut dapat dilakukan dirumah dan transaksi dapat dilakukan secara *online*. Sehingga *online food* cocok dan efektif untuk digunakan dalam masa pandemi ini.

Persepsi mahasiswa Universitas Siliwangi angkatan 2019 ini selaras dengan penelitian [11] yang menyatakan bahwa masyarakat di Surabaya menilai dengan adanya layanan *GoFood/GrabFood* dapat membuat pekerjaan menjadi lebih efisien, hal ini karena konsumen menyatakan dengan adanya layanan pada *GoFood/GrabFood* merupakan bagian dari kebutuhan dan gaya hidup bagi konsumen. Selain itu, berdasarkan hasil penelitiannya yang menyatakan bahwa variabel X29 dan X27 menunjukkan nilai mean 2,66 dan 3,29 yang masuk kedalam kategori cukup setuju.

Tabel 5. Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*)

Index	Item 1 <i>Online Food Mudah Untuk Dipahami dan Dipelajari</i>	Item 2 <i>Mudah Untuk digunakan</i>	Item 3 <i>Dapat Dipesan Kapanpun dan Dimanapun</i>
Setuju	H	H	H
Tidak Setuju	-	L	L

Catatan:

H : High Percentage: Item 1: 100%, Item 2: 98%, Item 3: 82%

M : Medium Percentage: -

L : Low Percentage: Item 1: -, Item 2: 2%, Item 3: 18%

Tabel 5 menyatakan bahwa persepsi manfaat bagi mahasiswa Universitas Siliwangi angkatan 2019 yaitu sebesar 100% atau dengan kata lain semua responden setuju bahwa *online food* mudah untuk dipahami dan dipelajari dengan demikian, *online food* dapat digunakan untuk kehidupan sehari-hari apalagi digunakan dalam masa pandemi Covid-19. Selain mudah untuk dipahami dan dipelajari, *online food* juga mudah untuk digunakan hal ini sejalan dengan hasil presentase yang menyatakan sebesar 98% responden menyatakan demikian. Hal ini dilatarbelakangi dari responden yakni mahasiswa yang dimana lebih melek akan teknologi sehingga responden dapat menyesuaikan bagaimana tata cara penggunaan *online food*.

Sebesar 82% menyatakan bahwa *online food* dapat dipesan dimanapun dan kapanpun, hal ini karena didasari oleh adanya covid-19 yang dimana adanya *social distancing* yang membatasi aktivitas responden yang dimana merupakan bagian dari konsumen. Selain konsumen produsen atau restoran dan yang sejenisnya harus menyesuaikan dengan kondisi akibat Covid-19, ketika konsumen banyak menggunakan aktivitas dirumah sedangkan posisi restoran berada disuatu tempat baik itu tempat yang strategis sekaligus hak tersebut menjadi kurang relevan lagi. Dengan demikian restoran harus bekerjasama dengan *online food* untuk menunjang usahanya, sehingga hal tersebut akan menjadi relevan karena *driver* pengantar makanan dapat diam ditempat yang strategis yang dimana banyak restoran yang menjual sehingga ketika konsumen ingin memesan makanan dapat lebih cepat dan mudah. Berdasarkan hasil presentase tersebut menyatakan bahwa sudah banyak restoran yang bekerjasama atau sudah mendaftarkan restorannya dalam *online food* yang dimana mempermudah responden dalam memesan makanan dimanapun dan kapanpun responden ingin pesan.

Persepsi mahasiswa Universitas Siliwangi angkatan 2019 ini selaras dengan penelitian [12] yang menyatakan bahwa Persepsi konsumen akan kemudahan penggunaan yang dirasakan atas penggunaan *GoFood* ini diantaranya, kredibilitas restoran, keparahan yang dirasakan, harga, keamanan kemasan, dan promosi dinilai cukup baik untuk mau menggunakan aplikasi *GoFood* secara berlanjut yang didukung dari hasil penelitian sebelumnya. Berdasarkan hal tersebut, menyatakan bahwa konsumen lebih sering dalam menggunakan aplikasi *GoFood* selama pandemi COVID-19. Selain itu Persepsi mahasiswa Universitas Siliwangi angkatan 2019 juga selaras dengan penelitian [13] yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *GoFood* pada masyarakat di kota Mataram hal ini karena *system* teknologi yang digunakan dalam aplikasi *GoFood* itu sendiri yang mudah digunakan. Dengan kemudahan ini berdampak pada masyarakat di kota Mataram akan semakin intens dalam penggunaan *GoFood*.

Tabel 6. Persepsi risiko (*perceived risk*)

Index	Item 1 <i>Makanan yang Dipesan Di Online Food Sesuai Dengan yang Tertera Pada Aplikasi</i>	Item 2 <i>Risiko Menggunakan Online Food Tinggi</i>
Setuju	H	H
Tidak Setuju	L	L

Catatan:

H : High Percentage: Item 1: 94%, Item 2: 6%

M : Medium Percentage: -

L : Low Percentage: Item 1: 60%, Item 2: 40%

Tabel 6 menyatakan bahwa persepsi manfaat bagi mahasiswa Universitas Siliwangi angkatan 2019 yaitu sebesar 94% menyatakan bahwa makanan yang dipesan di *online food* sesuai dengan yang tertera dalam aplikasi dengan adanya hal tersebut yang membuat responden percaya akan makanan yang tertera dalam aplikasi *online food* sehingga dapat membantu responden untuk memenuhi kebutuhan pangannya secara efektif dan efisien.

Dengan *online food* membantu mempermudah responden namun nyatanya hasil dari presentase yakni sebesar 60% menyatakan bahwa dengan menggunakan *online food* ternyata memiliki risiko, hal ini karena makanan yang dipesan datang lama dan dibarengi dalam keadaan sudah dingin, alot, kendala akan jaringan internet, kendala cuaca,

sulitnya menemukan *driver*, *driver* lama atau sulit dalam menemukan alamat baik alamat restoran maupun tempat untuk mengantarkan pesanan yang responden tentukan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai persepsi mahasiswa Universitas Siliwangi Angkatan tahun 2019 terhadap *online food* selama masa pandemi covid-19 dapat disimpulkan bahwa aplikasi yang digunakan oleh mahasiswa untuk memesan online food yaitu *GoFood* sebanyak 66%, *ShopeeFood* 20%, dan *GrabFood* 14%. Kemudian dalam persepsi manfaat 92% mahasiswa menyatakan menggunakan *online food* bermanfaat dan efektif dimasa pandemi, persepsi kemudahan menunjukkan bahwa 98% *online food* mudah digunakan, dan persepsi risiko menunjukkan 60% pendapat bahwa risiko menggunakan *online food* tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] H. Kusuma, "Ekonomi Ri Babak Belur Dihantam Corona," Detikfinance [https://Finance.Detik.Com/Berita-Ekonomi-Bisnis/D-5193430/Ekonomi-Ri-Babak-Belur-Dihantam-Corona](https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5193430/ekonomi-ri-babak-belur-dihantam-corona), 2020.
- [2] V. F. Thomas, "Nielsen: 58% Masyarakat Pesan Makanan Via Aplikasi Pesan-Antar," Tirto.Id [https://Tirto.Id/Nielsen-58-Masyarakat-Pesan-Makanan-Via-Aplikasi-Pesan-Antar-Eil7](https://tirto.id/Nielsen-58-Masyarakat-Pesan-Makanan-Via-Aplikasi-Pesan-Antar-Eil7), 2019.
- [3] P. K. Kannan And H. ". Li, "Digital Marketing: A Framework, Review And Research Agenda," *International Journal Of Research In Marketing*, 34(1), Pp. 22-45 [https://Doi.Org/10.1016/J.Ijresmar.2016.11.006](https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2016.11.006), 2017.
- [4] W. Setiawan, "Era Digital Dan Tantangannya," In *Seminar Nasional Pendidikan 2017*, 2017.
- [5] A. T. Saad, "Factors Affecting Online Food Delivery Service In Bangladesh: An Empirical Study," *British Food Journal* 123(2), Pp. 535-550 [https://Doi.Org/10.1108/Bfj-05-2020-0449](https://doi.org/10.1108/Bfj-05-2020-0449), 2021.
- [6] K. M. Ngoc And T. T. Uyen, "Factors Affecting Guest Perceived Service Quality, Product Quality, And Satisfaction-A Study Of Luxury Restaurants In Ho Chi Minh City, Vietnam," *Journal Of Advanced Management Science*, Pp. 284-291 [https://Doi.Org/10.12720/Joams.3.4](https://doi.org/10.12720/Joams.3.4), 2015 .
- [7] A. Haekal And B. Widjajanta, "Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Membeli Secara Online Pada Pengunjung Website Classifieds Di Indonesia," *Journal Of Business Management And Entrepreneurship Education* 1(1), Pp. 183-195 [https://Doi.Org/10.17509/Jbme.V1i1.2287](https://doi.org/10.17509/Jbme.V1i1.2287), 2016.
- [8] D. H. M. I. Nurdin, "Aplikasi Quick Count Pilkada Dengan Menggunakan Metode Random," *Sampling Berbasis Android*, Pp. 142-154, 2018.
- [9] I. M. Winartha, *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*, Yogyakarta: C.V. Andi Offset, 2006.
- [10] B. P. Singgih Priambodo, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang)," Pp. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 5 (20), 127-135, 2016, 2016.
- [11] A. A. Marcella Puspita, "Faktor-Faktor Pendorong Konsumen Surabaya Membeli Makanan Dan Minuman Melalui Aplikasi Gofood Dan Grabfood," Pp. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, Vol. 6, No. 2, September 2020, 88-98, 2020.
- [12] Q. Amalia, "Persepsi Konsumen Terhadap Faktor Yang Mempengaruhi Niat Menggunakan Aplikasi Go-Food Di Masa Pandemi Covid-19," P. *Prosiding The 12th Industrial Research Workshop And National Seminar*, 2021.
- [13] H. Rusminah Hs, "Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Layanan Aplikasi Gofood," Pp. *E-ISSN: 2477-1767 Vol. 9, No. 1 – Maret 2021*, 2021.