

ANALISIS PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *E-SATISFACTION* PENGGUNA APLIKASI *GO-FOOD* DI PONTIANAK

Inasari Milenisa¹⁾, Wendy Suhendry²⁾
milenisainasari@gmail.com¹⁾, wendyalph4@yahoo.com²⁾
Politeknik Tonggak Equator¹⁾²⁾

Abstract

Go-Food is a food delivery service from Go-Jek, which becomes a primary choice of the society. It is not surprising because Go-food has various innovations including wide range of menu, providing convenience and comfort in using its service and regular promos that come every day. The data of online transportation in Indonesia shows that Go-Jek has a high and rating it continues to increase. That achievement is in connection with the influence of service quality, which becomes the key of satisfaction measurement for Go-Food application users. The purpose of this research is to find out the influence of E-Service Quality toward E-Satisfaction of Go-Food application users partially. This research is an associative research and the population of this research are users who use Go-Food application at least three times a month in Pontianak. The data collection method uses purposive sampling with 80 respondents as the samples. The technique of analysis is quantitative analysis with multiple linear regression analysis using SPSS 25. This research determines the influence of efficiency, fulfillment, system availability, privacy, responsiveness, compensation, and contact variables toward E-satisfaction variable. The research result shows that efficiency, system availability, responsiveness, and compensation variables have significant influence on E-satisfaction of Go-food application users; meanwhile fulfillment, privacy, and contact variables do not have significant influence on E-satisfaction of Go-Food application users.

Keywords: *Go-food, E-Service Quality, E-Satisfaction*

1. PENDAHULUAN

Di zaman era teknologi yang sangat pesat membuat masyarakat dihadapkan dengan berbagai kecanggihan yang dapat mengakses berbagai informasi dari internet. Teknologi adalah keseluruhan sarana untuk menyediakan barang-barang yang diperlukan bagi kelangsungan dan kenyamanan hidup manusia. Perkembangan teknologi terutama internet dan smartphone telah merubah kehidupan manusia yang bermula dari kesederhanaan kini menjadi kehidupan modern. Semakin canggihnya teknologi informasi dan komunikasi yang berkembang dari tahun ke tahun seperti sekarang ini membuat segala sesuatu dapat diselesaikan dengan cara-cara yang praktis serta mempermudah semua aspek kehidupan manusia.

Saat ini, aplikasi transportasi *online* tersebut tidak hanya menyediakan jasa layanan transportasi saja, tetapi juga menawarkan jasa lainnya. Go-Jek contohnya, menyediakan layanan kurir barang dengan nama *Go-Send*, layanan pesan-antar makanan (*Go-Food*), hingga layanan bersih-bersih rumah (*Go-Clean*). Layanan transportasi *online* banyak digunakan sebagai pilihan moda transportasi umum karena harganya yang tetap (*fixed price*) apabila dibandingkan dengan ojek pangkalan. Selain itu, aplikasi tersebut juga menawarkan kemudahan bagi konsumen.

Berdasarkan hasil Riset *Independen Foodizz dan Deka Insight 'Indonesian Eating Out Behaviour in New Normal Era 2021'* menyebutkan *Go-Food* menjadi juara bertahan sebagai andalan utama konsumen untuk layanan pesan-antar makanan *online*, dibandingkan

dengan pesaingnya lainnya. Di tengah pandemi dan kondisi yang terus berubah dalam dua tahun terakhir, layanan pesan-antar makanan Gojek(*Go-food*) ini menjadi andalan bagi masyarakat. Tidak heran jika Go-food memiliki berbagai inovasi termasuk di antaranya banyak pilihan menu, memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam menggunakan layanan hingga promo-promo rutin yang selalu ada setiap harinya. (sumber:*Riset Independen Foodizz dan Deka Insight "Indonesian Eating Out Behaviour in New Normal Era 2021*). Seiring berjalannya waktu perusahaan-perusahaan menawarkan banyak pilihan layanan jasa transportasi *online* sehingga membuat semua transportasi *online* bersaing memberikan pelayanan yang terbaik maupun mengutamakan kenyamanan dan keamanan pengguna. Selain itu perusahaan juga memberikan harga yang terjangkau dengan mengutamakan kualitas pelayanannya.

Sesuai dengan uraian diatas, masalah yang ingin dipecahkan oleh penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara *E-Service quality* terhadap *E-Satisfaction* pengguna aplikasi *Go-food* di Pontianak.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan diatas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara *E-Service quality* terhadap *E-Satisfaction* pengguna aplikasi *Go-food* di Pontianak.

Perilaku Konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2008:166), perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

E-Service Quality

Menurut Zeithaml et al (2009:115) *e-service quality* didefinisikan sebagai sejauh mana sebuah situs web memfasilitasi belanja, pembelian, dan pengiriman yang efisien dan efektif.

Menurut Rowley dalam Laurent (2016:95), *e-service* adalah perbuatan, usaha atau pertunjukan yang pengiriman di mediasi oleh teknologi informasi.

Indikator E-Service Quality

Tjiptono dan Chandra (2016:178) mengemukakan bahwa *e-service quality* terdiri dari 7 dimensi yaitu:

1. Efisiensi

Kemampuan pelanggan dalam mengakses segala platform penjualan, contohnya website ataupun aplikasi. Dalam mencari produk yang diinginkan oleh konsumen dan juga dalam mencari informasi yang berkaitan dengan produk tersebut.

2. Pemenuhan

Mencakup akurasi janji mengenai layanan, ketersediaan produk yang sesuai dengan layanan yang disajikan.

3. Reliabilitas

Bersinggungan dengan fungsi teknis situs bersangkutan khususnya mengenai sejauh apa situs tersebut tersedia dan berfungsi.

4. Privasi

Merupakan suatu jaminan data konsumen dalam menggunakan aplikasi tersebut tidak akan disebar atau diberikan kepada pihak lain.

5. Daya Tanggap

Kemampuan untuk mengembangkan suatu aplikasi dan pengelolaan aplikasi tersebut untuk memberikan informasi yang tepat kepada pelanggan sewaktu adanya masalah dan memiliki mekanisme untuk menangani komplain atau permasalahan pengguna.

6. Kompensasi

Meliputi pengembalian uang, biaya layanan yang diberikan jika terjadi kesalahan dari penyedia layanan tersebut.

7. Kontak

Menyediakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan pelanggan agar dapat menyampaikan keluhan.

E-Satisfaction

Menurut Tjiptono dan Chandra(2011: 299) kepuasan atau ketidakpuasan purnabeli ditentukan oleh evaluasi konsumen terhadap perbedaan antara ekspektasi awal (atau sekedar pembandingan lainnya) dan persepsi terhadap kinerja produk aktual setelah pemakaian produk.

Menurut Kotler dan Keller(2012:177) kepuasan konsumen adalah merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah

membandingkan antara kinerja atau hasil yang diharapkan.

Indikator-indikator variabel kepuasan konsumen mengacu pada teori yang dikemukakan oleh Kotler (dalam Prayitno, 2015):

1. Puas terhadap kualitas pelayanan.
2. Merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain.
3. Memiliki keinginan untuk tidak berpindah ke produk atau jasa yang lain.
4. Bangga menggunakan jasa atau produk yang digunakan.
5. Puas terhadap hasil akhir produk atau jasa yang diterima.

Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2013), Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.

- H1 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *Efficiency* (X₁) terhadap *E-Satisfaction Go-food* di Pontianak
- H2 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *Fullfilment* (X₂) terhadap *E-Satisfaction Go-food* di Pontianak
- H3 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *System Availability* (X₃) terhadap *E-Satisfaction Go-food* di Pontianak
- H4 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *Privacy* (X₄) terhadap *E-Satisfaction Go-food* di Pontianak
- H5 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *Reponsiveness* (X₅) terhadap *E-Satisfaction Go-food* di Pontianak
- H6 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *Compensation* (X₆) terhadap *E-Satisfaction Go-food* di Pontianak
- H7 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *Contact* (X₇) terhadap *E-Satisfaction Go-food* di Pontianak

2. METODE PENELITIAN

Ruang lingkup ini akan berfokus pada pengguna aplikasi *Go-food* Gojek di Pontianak. Variabel yang digunakan terdiri dari 7 variabel yaitu *efficiency*, *fulfillment*, *system availability*, *privacy*, *responsiveness*, *compensation*, dan *contact*. Dengan objek penelitian adalah aplikasi *Go-food*. Tempat penelitian di kota Pontianak.

Pengukuran variabel menggunakan metode skala likert. Pengukuran menurut Sugiyono dimulai dari angka 1 sampai 5:

- 1: Sangat tidak setuju
- 2: Tidak setuju
- 3: Netral
- 4: Setuju
- 5: Sangat setuju.

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2013). Teknik pengumpulan data menggunakan data primer berupa kuesioner yaitu penyebaran kuesioner dilakukan ke pelanggan aplikasi *Go-Food* di Pontianak dan untuk pertanyaan akan dalam berbentuk kuesioner dengan langsung disebarkan melalui media internet melalui Google Form kepada responden untuk menjawab pertanyaan tersebut. Sedangkan dengan melakukan observasi mengenai *E-Service Quality* aplikasi Gojek yang memiliki fitur *Go-food* sebagai acuan dalam penelitian ini. populasi adalah pelanggan aplikasi *Go-food* di Pontianak. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah Purposive Sampling. Sampel yang digunakan adalah pelanggan yang sudah menggunakan aplikasi *Go-food* minimal tiga kali dalam satu bulan sekali di Pontianak dengan jumlah responden 80 orang. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heterokedastisitas), uji linearitas, analisis regresi berganda, uji korelasi berganda, analisis determinasi R², uji F dan uji T untuk mencari apakah ada pengaruh kualitas *e-service quality* terhadap *e-satisfaction*. Kuesioner variabel penelitian menunjukkan lebih tinggi nilai dari r tabel sehingga semua kuesioner dinyatakan valid.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 1. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficient	t	Sig.
-------	-----------------------------	--------------------------	---	------

		ents				
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	Constact	1.832	2.464		0.744	0.459
	Efficiency	0.645	0.287	0.232	2.245	0.028
	Fullfilment	0.183	0.196	0.100	0.934	0.353
	System Availability	0.730	0.249	0.328	2.929	0.005
	Privacy	-0.024	0.192	-0.012	-0.126	0.900
	Responsiveness	0.447	0.222	0.199	0.2010	0.048
	Compensation	0.252	0.123	0.194	0.046	0.044
	Contact	-0.239	0.221	-0.103	-1.081	0.283

Sumber: Data Output SPSS,2022

Berdasarkan tabel di atas,diperoleh persamaan regresi linear yaitu :

$$Y = 1.832 + 0.645X_1 + 0.183X_2 + 0.730X_3 - 0.024X_4 + 0.447X_5 + 0.252X_6 - 0.239X_7 + e$$

Persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 1,832 artinya jika *e-service quality*(*efficiency, fulfillment. system availability, privacy, responsiveness, compensation, contact*) nilainya adalah 0, maka *E-Satisfaction* (Y) nilainya adalah 1,832.
- b. Koefisien regresi variabel *efficiency* (X₁) bernilai sebesar 0,645 artinya jika variabel independen lain bernilai tetap dan *efficiency* (X₁) mengalami kenaikan 1% maka *E-Satisfaction* (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 64,5%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan searah antara *efficiency* dengan *E-Satisfaction*, semakin baik *efficiency* diimbangi dengan *E-Satisfaction*.
- c. Koefisien regresi variabel *fulfillment* (X₂) bernilai sebesar 0.183, artinya jika variabel independen lain bernilai tetap dan *fulfillment* (X₂) mengalami kenaikan 1% maka *E-Satisfaction* (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 18.3%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan searah antara *fulfillment* dengan *E-Satisfaction*, semakin baik *fulfillment* diimbangi dengan semakin tingginya *E-Satisfaction*.
- d. Koefisien regresi variabel *system availability* (X₃) bernilai sebesar 0.730, artinya jika variabel independen lain bernilai tetap dan *System availability* (X₃) mengalami kenaikan 1% maka *E-Satisfaction* (Y) akan mengalami kenaikan

sebesar 73.0%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan searah antara *System availability* dengan *E-Satisfaction*, semakin baik *System availability* diimbangi dengan semakin meningkatnya *E-Satisfaction*.

e. Koefisien regresi variabel *Privacy* (X₄) bernilai sebesar -0.024 menunjukkan bahwa hubungan yang berlawanan arah dengan variabel *E-Satisfaction* (Y). Semakin tinggi *Privacy* (X₄) maka nilai *E-Satisfaction* (Y) akan semakin menurun. Oleh karena itu setiap adanya peningkatan 1% pada variabel *privacy* maka akan menyebabkan penurunan pada *E-Satisfaction* (Y) senilai 2,4%.

f. Koefisien regresi variabel *responsiveness* (X₅) bernilai sebesar 0.447, artinya jika variabel independen lain bernilai tetap dan *responsiveness* (X₅) mengalami kenaikan 1% maka *E-Satisfaction* (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 44.7%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan searah antara *responsiveness* dengan *E-Satisfaction*, semakin baik *responsiveness* diimbangi dengan semakin meningkatnya *E-Satisfaction*.

g. Koefisien regresi variabel *compensation* (X₆) bernilai sebesar 0.252, artinya jika variabel independen lain bernilai tetap dan *compensation* (X₆) mengalami kenaikan 1% maka *E-Satisfaction* (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 25.2%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan searah antara *compensation* dengan *E-Satisfaction*, semakin baik *compensation* diimbangi dengan semakin meningkatnya *E-Satisfaction*.

h. Koefisien regresi variabel *contact* (X₇) bernilai sebesar -0,239 menunjukkan bahwa hubungan yang berlawanan arah dengan variabel *E-Satisfaction* (Y). Semakin tinggi *contact* (X₇) maka nilai *E-Satisfaction* (Y) akan semakin menurun. Oleh karena itu setiap adanya peningkatan 1% variabel Koefisien regresi variabel *contact* maka akan menyebabkan penurunan pada *E-Satisfaction* (Y) senilai 23.9%.

b. Uji Analisis Korelasi Berganda (R)

Analisis Korelasi Berganda di gunakan untuk mengetahui kekuatan atau keeratan hubungan antara dua atau variabel independen terhadap variabel dependen secara serentak (Uji Simultan). Koefisien ini menunjukkan

seberapa besar hubungan yang terjadi antara variabel Independen secara simultan terhadap variabel Dependen (Y). Nilai R berkisar antara 0 Sampai 1, nilai semakin mendekati 1 berarti hubungan yang terjadi semakin kuat, sebaliknya nilai semakin mendekati 0 maka hubungan yang terjadi semakin lemah. Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut:

0,00 – 0,199	Sangat Lemah
0,20 – 0,399	Lemah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Tabel 2. Uji Analisis Korelasi Berganda (R) Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.715	0.511	0.463	2.121

Sumber: Data Output SPSS,2022

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh angka R sebesar 0,715 atau senilai 71,5%. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang kuat antara variabel X (*E-Service Quality*) efficiency(X₁), fullfilment(X₂), *system availability*(X₃) *privacy*(X₄), *responsiviness*(X₅), *compensation*(X₆), dan *contact*(X₇) terhadap variabel Y (*E-Satisfaction*).

c. Uji Analisis Determinasi (R²)

Tabel 3.Uji Analisis Determinasi (R²) Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.715	0.511	0.463	2.121

Sumber: Data Output SPSS,2022

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh angka R² (*adjusted R Square*) sebesar 0.463 atau 46,3%. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen (*Efficiency* (X₁), *Fullfilment* (X₂), *system availability* (X₃), *Privacy* (X₄), *Responsiveness* (X₅), *Compensation* (X₆), dan *Contact* (X₇) dengan variabel dependen (*E-Satisfaction*) sebesar 46,3%. Variasi variabel

independen yang digunakan dalam model *Efficiency*, *Fullfilment*, *system availability*, *Privacy*, *Responsiveness*, *Compensation*, dan *Contact* mampu menjelaskan 46,3% variasi variabel dependen (*E-Satisfaction*), sedangkan sisanya 53,7% dipengaruhi dan dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam model penelitian ini.

d. Uji F

Tabel 4.Uji F ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	337.953	7	48.279	10.729	0.000
Residual	323.997	72	4.500		
Total	661.950	79			

Sumber: Data Output SPSS,2022

Berdasarkan hasil analisis, diketahui F tabel Nilai F hitung > F tabel (10,729> 2,11), artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X(*E-Service Quality*) terhadap variabel Y (*E-Satisfaction*).

e. Uji T

Tabel 5.Uji T Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	Constact	1.832	2.464		0.744	0459
	Efficiency	0.645	0.287	0.232	2.245	0.028
	Fullfilment	0.183	0.196	0.100	0.934	0.353
	System Availability	0.730	0.249	0.328	2.929	0.005
	Privacy	-0.024	0.192	-0.012	-0.126	0.900
	Responsivness	0.447	0.222	0.199	2.010	0.048
	Compensation	0.252	0.123	0.194	2.046	0.044
	Contact	-0.239	0.221	-0.103	-1.081	0.283

Sumber: Data Output SPSS,2022

Berdasarkan Tabel 4.25 hasil uji parsial, maka dapat di peroleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh *Efficiency* (X₁) terhadap *E-satisfaction* menunjukkan nilai p value (sig. 0,028) < α (0.05), nilai t hitung (2.245) > t tabel (1.985). Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 diterima, yang

berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *Efficiency* (X_1) terhadap *E-Satisfaction* pengguna aplikasi *Go-food* di Pontianak.

2. Pengaruh *Fullfilment* (X_2) terhadap *E-satisfaction* menunjukkan nilai p value (sig.0.353) $> \alpha$ (0.05), nilai t hitung (0.934) $<$ t tabel (1.985). Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 ditolak, yang berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *Fullfilment* (X_2) terhadap *E-Satisfaction* *Go-food* di Pontianak.

3. Pengaruh *System Availability* (X_3) terhadap *E-satisfaction* menunjukkan nilai p value (sig. 0,005) $<$ α (0.05), nilai t hitung (2.929) $>$ t tabel (1.985). Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 diterima, yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *System Availability* (X_3) terhadap *E-Satisfaction* *Go-food* di Pontianak.

4. Pengaruh *privacy* (X_4) terhadap *E-satisfaction* menunjukkan nilai p value (sig.0.900) $>$ α (0.05), nilai t hitung (-0.126) $<$ t tabel (1.985). Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis 4 ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *Privacy* (X_4) terhadap *E-Satisfaction* *Go-food* di Pontianak.

5. Pengaruh *Responsiveness* (X_5) terhadap *E-satisfaction* menunjukkan nilai p value (sig.0.048) $<$ α (0.05), nilai t hitung (2.010) $>$ t tabel (1.985). Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis 5 diterima, yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *responsiveness* (X_5) terhadap *E-Satisfaction* *Go-food* di Pontianak.

6. Pengaruh *compensation* (X_6) terhadap *E-satisfaction* menunjukkan nilai p value (sig.0.057) $>$ α (0.05), nilai t hitung (2.046) $>$ t tabel (1.985). Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis 6 diterima yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *compensation* (X_6) terhadap *E-Satisfaction* *Go-food* di Pontianak.

7. Pengaruh *contact* (X_7) terhadap *E-satisfaction* menunjukkan nilai p value (sig.0.283) $>$ α (0.05), nilai t hitung (-1.081) $<$ t tabel (1.985). Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis 7 ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *Contact* (X_7) terhadap *E-Satisfaction*

Go-food di Pontianak.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, penulis memperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari 80 responden yang mengisi kuesioner penelitian ini, mayoritas berada direntang umur 17-25 tahun dengan jenis kelamin perempuan, berpendidikan akhir S1 dengan rata-rata bekerja sebagai pelajar dan berpenghasilan $<$ Rp 2.515.000.
2. Dari analisis korelasi berganda(R) diperoleh angka sebesar 0,715 hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang kuat antara variabel independen (*efficiency, fulfillment, system availability, privacy, responsiveness, compensation, dan contact*) dengan variabel dependen (*E-Satisfaction*).
3. Pada analisis determinasi (R^2), diperoleh angka R^2 (*Adjusted R Square*) sebesar 0,463 atau 46,3%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel independen (*efficiency, fulfillment, system availability, privacy, responsiveness, compensation, dan contact*) dengan variabel dependen (*E-Satisfaction*) sebesar 46,3% sedangkan sisanya sebesar 53,7% dipengaruhi dan dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.
4. Berdasarkan hasil uji F didapatkan hasil bahwa variabel independen berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel dependen.
5. Uji t didapatkan bahwa variabel *efficiency, system availability, responsiveness, dan compensation* berpengaruh signifikan terhadap *E-Satisfaction* pengguna aplikasi *Go-food*, sedangkan variabel *Fullfilment, Privacy, dan Contact* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *E-Satisfaction* pengguna aplikasi *Go-food*.

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan, maka penulis memberikan beberapa saran yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian mendapatkan hasil bahwa variabel *efficiency* berpengaruh secara signifikan terhadap *E-Satisfaction*. Oleh karena itu, di harapkan pihak *Go-food* perlu

memperhatikan efisiensi dari aplikasi Go-food untuk memudahkan mencari pencarian produk dan mencari setiap informasi yang ada di aplikasi ini. Pihak Go-food sudah menata informasi dengan rapi dan baik pada fitur Go-food supaya pengguna lebih mengerti dan nyaman pada saat menggunakan aplikasi Go-food.

2. Penelitian mendapatkan hasil bahwa variabel *system availability* berpengaruh secara signifikan terhadap *E-Satisfaction*. Oleh karena itu, di harapkan pada aplikasi Go-food juga harus meningkatkan ketersediaan informasi dalam menyediakan konten informasi yang penting dan aplikasi Go-food perlu meningkatkan fungsi pada aplikasi Go-food agar pengguna dapat membuka aplikasi Go-food di *smartphone* bisa berjalan dengan baik.
3. Penelitian mendapatkan hasil bahwa variabel *responsiviness* berpengaruh secara signifikan terhadap *E-Satisfaction*. Oleh karena itu, di harapkan pada aplikasi Go-food perlu menanggapi tanggapan layanan dengan baik, sopan, dan ramah dalam melayani konsumen serta selalu memberikan respon yang cepat dan layanan yang baik.
4. Penelitian mendapatkan hasil bahwa variabel *compensation* berpengaruh secara signifikan terhadap *E-Satisfaction*. Oleh karena itu, di harapkan pada aplikasi Go-food perlu memberikan layanan kompensasi pada pengguna bila terjadi kerusakan ataupun ketidaksesuaian dalam pemesanan makanan maupun minuman, pihak Go-food harus mengganti kompensasi berupa makanan yang baru kepada konsumen serta pihak Go-food harus memenuhi pemenuhan kompensasi dengan bersedia memeberikan kompensasi berupa *voucher* apabila mengalami kendala ataupun masalah dan pihak Go-food bersedia melakukan pengembalian dana karena produk yang dipesan tidak sesuai dengan keinginan konsumen dan terjadi kerusakan di dalam kemasan.
5. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengambil topik tentang *e-service quality* bisa menambahkan beberapa variabel lain

seperti : *Information availability and content, Ease of use(usability), dan Graphic style* yang belum diteliti oleh penulis serta peneliti di harapkan dapat meneliti aplikasi Gojek. Peneliti selanjutnya juga dapat menambahkan jumlah responden agar data yang di dapatkan lebih beragam.

5. REFERENSI

- https://www.academia.edu/14997960/Teknologi_adalah_keseluruhan_sarana_untuk_menyediakan_barang
 93003-ID-pemanfaatan-fitur-internet-pada-smartpho_220103_235809,1-15 (n.d.).
 13_UNIKOM_21215147_AriFarhanurRifky_B AB II_220103_235651,11-27 (n.d.).
 116-Article Text-244-1-10-20180622_220104_000608,174-184 (n.d.).
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: CV.Afabeta
- Tjiptono, Chandra. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). *Service, Quality & Satisfaction edisi 3*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Halim, N. (2020). *Analisis Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking Pada PT Bank Central Asia Tbk di Pontianak*.
- Priyatno, D. (2018). *PANDUAN MUDAH OLAH DATA BAGI MAHASISWA DAN UMUM*
- Sugiyono, P. D. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (21st-22nd ed.)*. Alfabeta, CV.