

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Identitas Responden

Data yang diperoleh melalui wawancara dengan responden melalui google form, maka identitas yang dimaksud adalah umur, jenis kelamin, Tingkat pendidikan, pekerjaan dan jumlah pembelian dalam satu kali pemesanan.

5.1.1. Identitas Informan

5.1.1.1. One Salad

Identitas informan One Salad dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 8. Identitas Informan One Salad

No	Nama	Jenis Kelamin	Umur (Tahun)	Pendidikan	Jabatan	Lama Bekerja (Tahun)
1	Irwan Yusuf	Laki-laki	48	Sarjana	Owner	24
2	Nurul Mujahida	Perempuan	30	Sarjana	Manager	9
3	Auliyah Hamsa	Perempuan	28	Sarjana	Administrasi	7
4	Zariska	Perempuan	25	SMA	Marketing	5
5	Sri Rohayu	Perempuan	22	SMA	Karyawan	3
6	Fitri Azisah	Perempuan	23	SMA	Karyawan	1

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan Tabel 8 menunjukkan bahwa semua karyawan One Salad berjenis kelamin perempuan dan karyawan yang paling lama bekerja yaitu Nurul Mujahida selama 9 tahun dengan jabatan sebagai manager di usaha One Salad, sedangkan karyawan yang baru bekerja yaitu Fitri Azizah selama 1 tahun dengan jabatan sebagai karyawan di One Salad.

5.1.1.2. Medina Salad Buah

Identitas informan Medina Salad Buah dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 9. Identitas Informan Medina Salad Buah

No	Nama	Jenis Kelamin	Umur (Tahun)	Pendidikan	Jabatan	Lama Bekerja (Tahun)
1	Fauziah Triana	Perempuan	31	Sarjana	Owner	6
2	Mutahira	Perempuan	27	Sarjana	Administrasi	6
3	Nur Sofiyyah	Perempuan	24	Sarjana	Marketing	2
4	Salsa Fadila	Perempuan	22	Sarjana	Karyawan	1

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan hasil penelitian pada Tabel 9 menunjukkan bahwa karyawan yang paling lama bekerja yaitu Mutahira selama 6 tahun dengan jabatan sebagai administrasi di usaha Medina Salad Buah.

5.1.2. Identitas Konsumen

5.1.2.1. Jenis Kelamin

Identitas sampel berdasarkan jenis kelamin konsumen dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 10. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	UMKM			
		One Salad		Medina Salad Buah	
		Jumlah (Orang)	Persentase (%)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Perempuan	44	59	57	76
2	Laki-laki	31	41	18	24
Jumlah		75	100	75	100

Sumber: Data Primer yang diolah Googleform, Tahun 2024 (Lampiran 2)

Berdasarkan hasil penelitian pada Tabel 10 menunjukkan bahwa konsumen yang melakukan pembelian salad buah di One Salad dan Medina Salad Buah melalui *e-commerce* Go Food, Grab Food dan Shopee Food didominasi oleh konsumen yang berjenis kelamin Perempuan yaitu sebanyak 101 konsumen.

5.1.2.2. Umur

Identitas responden berdasarkan umur sangat menggambarkan tingkat pengalaman dan kedewasaan pola pikir responden. Dimana secara teoritis faktor usia akan mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan. Dalam mengambil keputusan tingkat usia akan memberikan pengaruh. Semakin tinggi usia maka keputusan yang akan diambil akan semakin baik, karena adanya tingkat kematangan berpikir seseorang (Wulandari & Fatchiya, 2017).

Identitas sampel berdasarkan umur konsumen dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 11. Identitas Konsumen Berdasarkan Umur

No	Usia	UMKM			
		One Salad		Medina Salad Buah	
		Jumlah (Orang)	Persentase (%)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	17-21	33	44	39	52
2	22-25	39	52	34	45
3	26-29	3	4	2	3
Jumlah		75	100	75	100
Minimum : 17 Tahun				Minimum : 17 Tahun	
Maksimum: 29 Tahun				Maksimum: 29 Tahun	
Rata-rata : 22 Tahun				Rata-rata : 22 Tahun	

Sumber: Data Primer yang diolah Googleform, Tahun 2024 (Lampiran 2)

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 11 menunjukkan bahwa konsumen yang melakukan pembelian salad buah di One Salad melalui e-commerce Go Food, Grab Food dan Shopee Food didominasi oleh konsumen yang berusia 22-25 tahun dan konsumen yang melakukan pembelian salad buah di Medina Salad Buah melalui e-commerce Go Food, Grab Food dan Shopee Food didominasi oleh konsumen yang berusia 17-21 tahun. Rata-rata umur konsumen One Salad dan Medina Salad Buah yaitu 22 tahun.

5.1.2.3. Tingkat Pendidikan

Karakteristik sampel berdasarkan tingkat pendidikan konsumen dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 12. Identitas Konsumen berdasarkan Tingkat pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	UMKM			
		One Salad		Medina Salad Buah	
		Jumlah (Orang)	Persentase (%)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	SMA	29	39	28	37
2	Sarjana	46	61	47	63
Jumlah		75	100	75	100

Sumber: Data Primer yang diolah Googleform, Tahun 2024 (Lampiran 2)

Berdasarkan data hasil penelitian pada Tabel 12 menunjukkan bahwa seluruh konsumen yang membeli One Salad dan Medina Salad Buah pernah menempuh pendidikan formal. Konsumen yang melakukan pembelian salad buah melalui *e-commerce* Go Food, Grab Food dan Shopee Food didominasi oleh konsumen yang menempuh tingkat pendidikan perguruan tinggi sebanyak 93 konsumen.

5.1.2.4. Pekerjaan

Identitas sampel berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 13. Identitas Konsumen Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	UMKM			
		One Salad		Medina Salad Buah	
		Jumlah (Orang)	Persentase (%)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Pegawai Negeri Sipil	5	7	6	8
2	Pegawai Swasta	18	24	19	25
3	Wiraswasta	2	3	5	7
4	Pelajar / Mahasiswa	38	50	40	53
5	Lainnya	12	16	5	7
Jumlah		75	100	75	100

Sumber: Data Primer yang diolah Googleform, Tahun 2024 (Lampiran 2)

Berdasarkan Tabel 13 yang menunjukkan bahwa pekerjaan konsumen One Salad dan Medina Salad Buah yang melakukan pembelian melalui *e-commerce* Go Food, Grab Food dan Shopee Food didominasi oleh pekerjaan sebagai pelajar / mahasiswa yaitu sebanyak 78 konsumen.

5.1.2.5. Jumlah Pembelian dalam satu kali pemesanan

Berdasarkan identitas sampel berdasarkan jumlah pembelian dalam satu kali pemesanan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 14. Jumlah Pembelian dalam Satu Kali Pemesanan

No	Jumlah Pembelian (Porsi)	UMKM			
		One Salad		Medina Salad Buah	
		Jumlah (Orang)	Persentase (%)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	1-3	38	51	26	34
2	4-6	13	17	30	40
3	7-9	18	24	17	23
4	>10	6	8	2	3
Jumlah		75	100	75	100

Sumber: Data Primer yang diolah Googleform, Tahun 2024

Berdasarkan Tabel 14 bahwa jumlah pembelian One Salad terbanyak yaitu pada jumlah pembelian one salad sebanyak 1-3 dalam sekali pembelian yaitu pengguna layanan GoFood, Grabfood dan Shopee Food yaitu sebanyak 38 konsumen dan jumlah pembelian Medina Salad Buah terbanyak yaitu pada jumlah pembelian Medina Salad Buah sebanyak 4-6 dalam sekali pembelian yaitu pengguna layanan GoFood, Grabfood dan Shopee Food yaitu sebanyak 30 konsumen.

5.2. Deskripsi Jenis Buah, Ukuran, Harga dan Volume Penjualan

5.2.1. Jenis Buah

Menurut Nazaruddin dkk. (2021) buah tidak hanya dapat dikonsumsi secara langsung, tetapi juga dapat diolah menjadi berbagai produk olahan, seperti salad buah yang merupakan campuran buah-buahan, susu, mayonaise, keju.

5.2.1.1. One Salad

Berikut jenis buah beserta topping One Salad:

Tabel 15. Jenis Buah One Salad

No	Jenis Buah	Topping
1	Apel	Mayonise
2	Melon	Keju
3	Pepaya	Jeruk
4	Anggur	
5	pir	
6	Jeruk	

Sumber: Data Primer (2024).

Pada Tabel 15 Produk diatas komposisi dalam One Salad terdiri dari bahan utama seperti potongan buah apel, melon, papaya, anggur, pir, dan jeruk. kemudian untuk toppingnya terdiri dari mayonise, dan keju.

5.2.1.2. Medina Salad

Berikut jenis buah beserta topping Medina Salad Buah:

Tabel 16. Jenis Buah Medina Salad Buah

No	Jenis Buah	Topping
1	Apel	Mayonise
2	Buah Naga	Keju
3	Pepaya	Jeruk
4	Anggur	Anggur
5	Pir	Kiwi
6	Jeruk	Peach
7	Mangga	Almond
8	Kiwi	Granola
9	Lengkeng	

Sumber: Data Primer (2024).

Pada Tabel 16 produk diatas komposisi dalam Medina Salad Buah Terdiri dari bahan utama seperti potongan buah apel, buah naga, pepaya, anggur, pir, jeruk, mangga, kiwi, peach dan lengkeng, kemudian untuk topingnya terdiri dari mayonise, keju, granola dan almond.

5.2.2. Ukuran dan Harga Salad Buah

5.2.2.1. One Salad

Adapun jenis-jenis ukuran salad buah, sebagai berikut:

Tabel 17. Jenis Ukuran dan Harga Produk One Salad

No	Ukuran Salad Buah (ml)	Harga (Rp)
1	300	31.000
2	450	43.000
3	500	49.000
4	750	61.000
5	1.000	85.000
6	2.000	143.000
7	3.000	181.000

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan Tabel 17 dapat dilihat bahwa produk One Salad mempunyai berbagai macam jenis ukuran dan harga. Ukuran salad buah yang paling kecil adalah 300 ml dengan harga Rp.31.000 dan ukuran yang paling besar adalah 3.000 ml dengan harga Rp.181.000.

5.2.2.2. Medina Salad Buah

Adapun jenis-jenis ukuran salad buah, sebagai berikut:

Tabel 18. Jenis Ukuran dan Harga Produk Medina Salad Buah

No	Ukuran Salad Buah (ml)	Harga (Rp)
1	500	33.000
2	1.500	96.000
3	2.500	155.000
4	3.000	190.000

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan Tabel 18 dapat dilihat bahwa produk Medina Salad Buah mempunyai berbagai macam jenis ukuran dan harga. Ukuran salad buah yang paling kecil adalah 500 ml

dengan harga Rp.33.000 dan ukuran yang paling besar adalah 3.000 ml dengan harga Rp.190.000.

5.2.3. Volume Penjualan

5.2.3.1. One Salad

Adapun data penjualan One Salad selama 1 bulan, sebagai berikut:

Tabel 19. Data Volume Penjualan One Salad

No	Ukuran (ml)	Penjualan (pcs) / E-commerce		
		Go Food	Grab Food	Shopee Food
1	300	30	36	19
2	450	42	24	13
3	500	31	35	27
4	750	28	21	12
5	1.000	6	9	2
6	2.000	1	7	0
7	3.000	0	1	0
Jumlah		138	133	73

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan Tabel 19 dapat dilihat bahwa selama satu bulan produk One Salad laku terjual sebanyak 344 pieces dengan ukuran yang berbeda-beda. Dan data penjualan tertinggi pada *e-commerce go food* yang laku terjual sebanyak 138 pieces dengan ukuran yang berbeda-beda.

5.2.3.2. Medina Salad Buah

Adapun data penjualan medina salad buah selama 1 bulan, sebagai berikut:

Tabel 20. Data Volume Penjualan Medina Salad Buah

No	Ukuran (ml)	Penjualan (pcs) / E-commerce		
		Go Food	Grab Food	Shopee Food
1	500	14	23	11
2	1.500	7	12	4
3	2.500	1	2	0
4	3.000	0	0	0
Jumlah		22	37	15

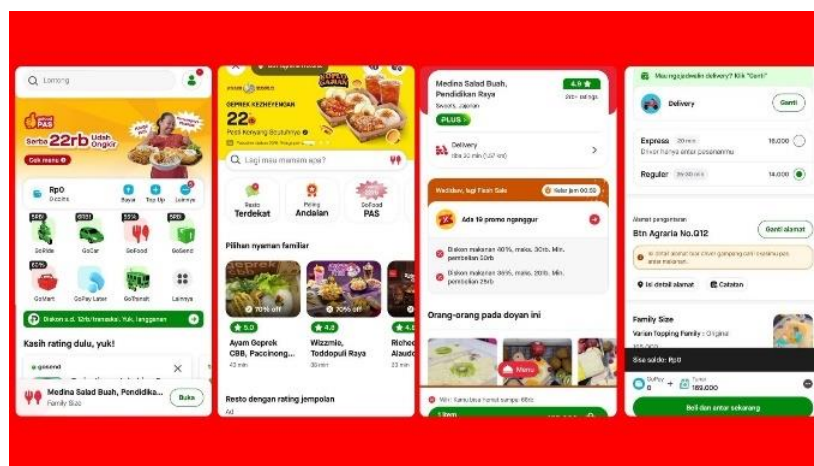
Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan Tabel 20 dapat dilihat bahwa selama satu bulan produk Medina Salad Buah laku terjual sebanyak 74 pieces dengan ukuran dan harga yang berbeda-beda. Dan data penjualan tertinggi pada *e-commerce* grab food yang laku terjual sebanyak 37 pieces dengan ukuran yang berbeda-beda.

5.3. Fitur-fitur Food Delivery E-commerce

5.3.1. Go Food

Go Food adalah fitur gojek yang memungkinkan pengguna untuk memesan makanan dari berbagai pilihan restoran yang disesuaikan dengan lokasi. Go Food merupakan salah satu fitur yang menawarkan layanan jasa beli dan antar makanan kepada pelanggan. Produk ini sangat cocok bagi pelanggan yang ingin menikmati berbagai jenis makanan cepat saji ataupun kuliner namun tidak memiliki kendaraan dan waktu serta tidak mengetahui akses untuk pergi ke tempat tersebut.



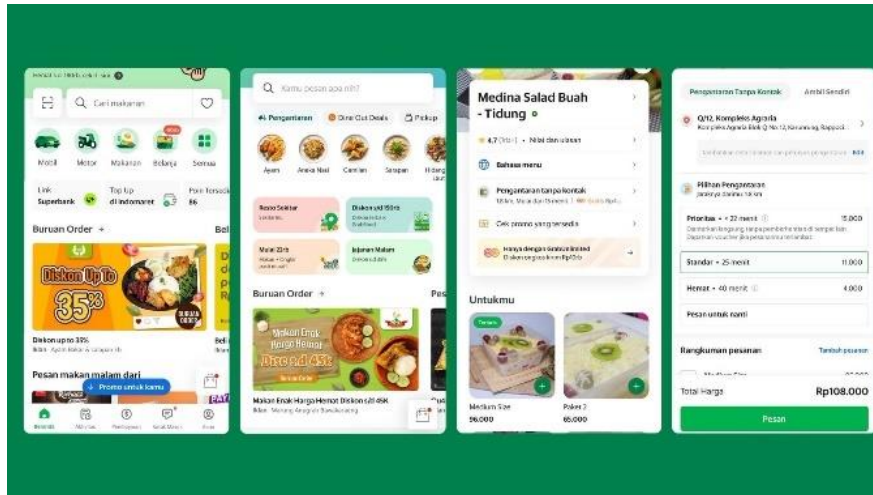
Gambar 7. Fitur Layanan Go Food

Adapun fitur-fitur Go Food, sebagai berikut:

1. Rating, penilaian dan ulasan dari pelanggan terhadap suatu produk (Bintang 1 sampai 5) semakin banyak penilaian Bintang maka konsumen merasa sangat puas.
2. Promo, tawaran yang dilakukan oleh para marketer guna mendorong dan mempengaruhi para calon pembeli agar tertarik dengan produk mereka.
3. Metode pembayaran, ada dua metode pembayaran go food, diantaranya adalah tunai dan non tunai (gopay).
4. Pelacakan pesanan, proses dimana konsumen dapat melacak pesanannya yang telah menuju Lokasi tujuan.
5. Pickup, pesanan yang akan diambil sendiri oleh konsumen ke *outlet* setelah melakukan pemesanan *online*.
6. Estimasi pengiriman, dapat melacak waktu yang dibutuhkan oleh *outlet* untuk menyiapkan setiap pesanan.

5.3.2. Grab Food

Grab Food adalah salah satu layanan pesan antar makan yang berada di aplikasi Grab. Dengan Grab Food, konsumen dapat dengan bebas memesan makanan yang diinginkan hanya lewat Smartphone, tidak perlu berjalan ke tempat penjual. Grab Food adalah layanan pesan antar makanan yang memiliki banyak daftar restoran yang tersedia.



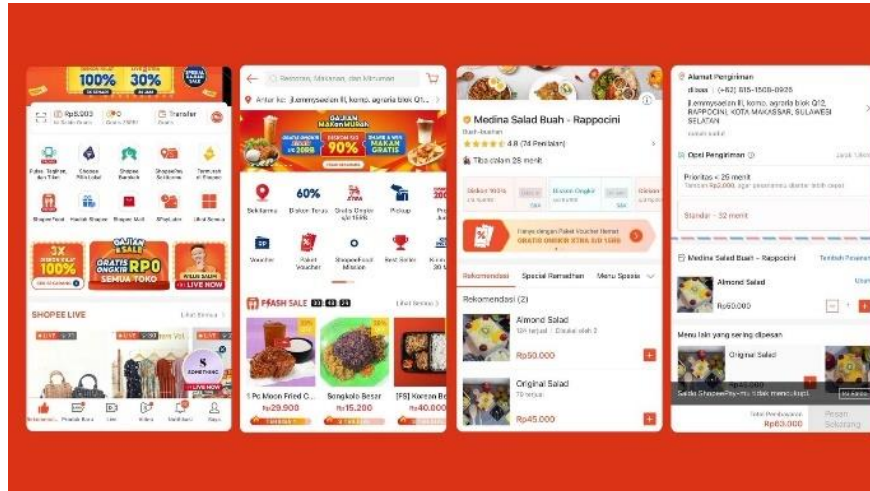
Gambar 8. Fitur Layanan Grab Food

Adapun fitur-fitur Grab Food, sebagai berikut:

1. Rating, penilaian dan ulasan dari pelanggan terhadap suatu produk (Bintang 1 sampai 5) semakin banyak penilaian Bintang maka konsumen merasa sangat puas.
2. Promo, tawaran yang dilakukan oleh para marketer guna mendorong dan mempengaruhi para calon pembeli agar tertarik dengan produk mereka.
3. Metode pembayaran, ada dua metode pembayaran Grab Food, diantaranya adalah tunai dan non tunai (gopay).
4. Pelacakan pesanan, proses dimana konsumen dapat melacak pesannya yang telah menuju Lokasi tujuan.
5. Pickup, pesanan yang akan diambil sendiri oleh konsumen ke *outlet* setelah melakukan pemesanan *online*.
6. Estimasi pengiriman, dapat melacak waktu yang dibutuhkan oleh *outlet* untuk menyiapkan setiap pesanan.
7. Pilihan pengantaran, ada tiga pilihan pengantaran, diantaranya adalah prioritas, standar dan hemat.

5.3.3. Shopee Food

Shopee Food adalah fitur shopee yang memungkinkan pengguna untuk memesan makanan dari berbagai pilihan restoran yang disesuaikan dengan lokasi. Shopee food merupakan salah satu fitur yang menawarkan layanan jasa beli dan antar makanan kepada pelanggan.



Gambar 9. Fitur Layanan Shopee Food

Adapun fitur-fitur Shopee Food, sebagai berikut:

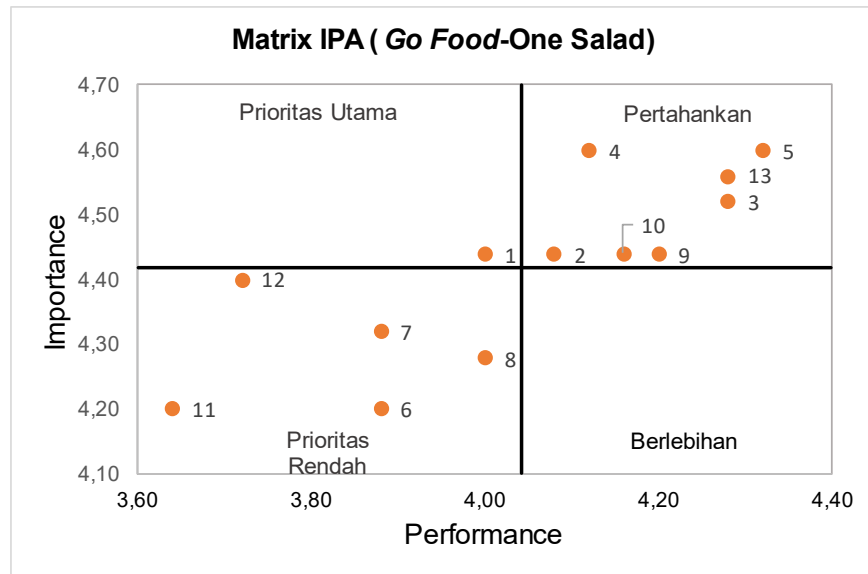
1. Rating, penilaian dan ulasan dari pelanggan terhadap suatu produk (Bintang 1 sampai 5) semakin banyak penilaian Bintang maka konsumen merasa sangat puas.
2. Promo, tawaran yang dilakukan oleh para marketer guna mendorong dan mempengaruhi para calon pembeli agar tertarik dengan produk mereka.
3. Metode pembayaran, ada dua metode pembayaran Shopee Food, diantaranya adalah tunai dan non tunai (shopee pay).
4. Pelacakan pesanan, proses dimana konsumen dapat melacak pesannya yang telah menuju Lokasi tujuan.
5. Estimasi pengiriman, dapat melacak waktu yang dibutuhkan oleh *outlet* untuk menyiapkan setiap pesanan.
6. Tukar koin shopee, dapat menukar koin shopee menjadi shopee pay dan bisa digunakan untuk transaksi Shopee Food.

5.4. Analisis Indikator Kepentingan dan Kepuasan Konsumen

5.4.1. One Salad

Pengukuran tingkat kepentingan dan kinerja setiap atribut secara lengkap dijabarkan melalui metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dengan menguraikan seluruh atribut ke dalam diagram kartesius. Analisis dengan metode IPA bertujuan mengidentifikasi harapan konsumen terhadap pembelian salad buah melalui *e-commerce* di Makassar. Melalui analisis IPA, perusahaan penyedia layanan pesan-antar makanan diharapkan mampu menyesuaikan strategi yang ada selama ini dengan kebutuhan konsumen sehingga bisa tetap mempertahankan atribut yang sudah berkinerja memuaskan dan meningkatkan performa kinerja atribut yang belum memuaskan konsumen.

Diagram kartesius IPA masing masing platform memuat nilai total dari rata-rata tingkat kepentingan atribut platform digital layanan pesan-antar makanan dan tingkat kinerja atribut Go Food, Grab Food dan Shopee Food. Data lengkap mengenai rata-rata hasil perhitungan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atribut platform digital layanan pesan-antar makanan dan diagram kartesius secara lengkap. Analisis ini tidak hanya membantu dalam memahami atribut mana yang harus diprioritaskan untuk perbaikan, tetapi juga memberikan wawasan tentang bagaimana masing-masing platform bersaing satu sama lain dalam hal memenuhi harapan konsumen. Dengan menggunakan data rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja, perusahaan dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan setiap platform. Berikut ini dijabarkan dalam bentuk tabel terkait dengan prioritas perbaikan atribut dari masing-masing platform digital.



Gambar10. *Matrix Importance Performance Analysis* pada Go Food One Salad

Pada Gambar 10 menunjukkan bahwa *Matrix Importance Performance Analysis* menempatkan Go Food One Salad berada pada kuadran II (pertahankan prestasi), yang mengindikasikan bahwa aspek-aspek yang dievaluasi sudah sesuai dengan harapan pelanggan dan harus dipertahankan.

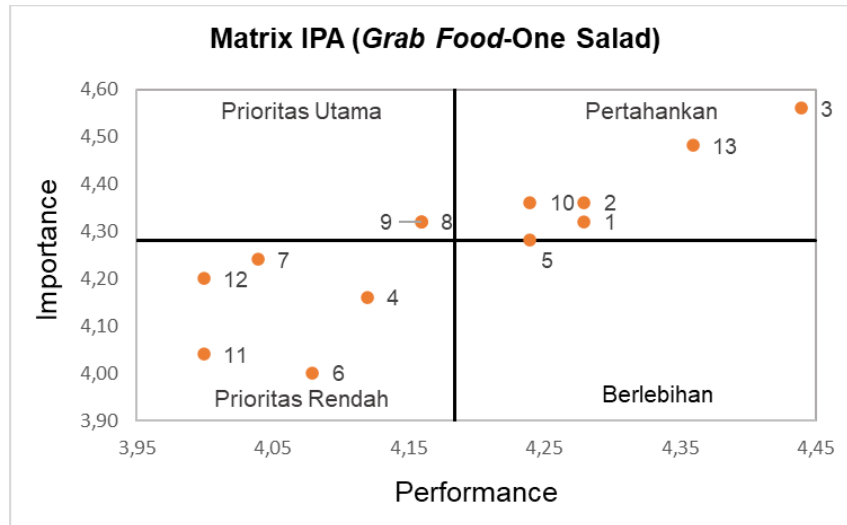
Tabel 21. Skor Tingkat Harapan, Tingkat Kenyataan, Tingkat Kesesuaian dan Rata-Rata Tingkat Harapan dan Tingkat Kenyataan Go Food One Salad

No.	Indikator	Skor Tingkat Harapan (Yi)	Skor Tingkat Kenyataan (Xi)	Skor Tingkat Kesesuaian (Tki) (%)	Skor Rata-rata Tingkat Harapan (Yi)	Skor Rata-rata Tingkat Kenyataan (Xi)
1	Sangat puas melakukan pembelian salad buah pada layanan <i>food delivery</i>	104	103	99,04	4,44	4,00
2	Pemesanan salad buah pada layanan <i>food delivery</i> sangat mudah	106	103	97,17	4,44	4,08
3	Outlet Salad	109	103	94,50	4,52	4,28

No.	Indikator	Skor Tingkat Harapan (Yi)	Skor Tingkat Kenyataan (Xi)	Skor Tingkat Kesesuaian (Tki) (%)	Skor Rata- rata Tingkat Harapan (Yi)	Skor Rata- rata Tingkat Kenyataan (Xi)
	buah menyediakan tunai dan non tunai					
4	<i>Outlet</i> salad buah memberikan promo sebagai penawaran menarik	103	99	96,12	4,60	4,12
5	<i>Rating</i> mempengaruhi kualitas layanan <i>food delivery</i>	109	106	97,25	4,60	4,32
6	Bentuk dan tampilan salad buah pada aplikasi layanan <i>food delivery</i> sangat menarik dibandingkan <i>outlet</i> lainnya	96	93	96,88	4,20	3,88
7	Kualitas buah terjamin hingga ketangan konsumen	102	92	90,20	4,32	3,88
8	Salad buah dikemas sesuai dengan tampilan pada layanan <i>food delivery</i>	98	90	91,84	4,28	4,00
9	Harga salad buah di layanan <i>food delivery</i> sangat sesuai	99	93	93,94	4,44	4,20

No.	Indikator	Skor Tingkat Harapan (Yi)	Skor Tingkat Kenyataan (Xi)	Skor Tingkat Kesesuaian (Tki) (%)	Skor Rata- rata Tingkat Harapan (Yi)	Skor Rata- rata Tingkat Kenyataan (Xi)
	dengan kualitas dan rasa					
10	Potongan harga (promo) berlaku untuk semua ukuran salad buah	99	93	93,94	4,44	4,16
11	Pengiriman salad buah melalui <i>food delivery</i> tidak terlalu lama	97	85	87,63	4,20	3,64
12	<i>Outlet</i> salad buah sangat strategis dengan titik penerima Estimasi waktu pengantaran salad buah	98	88	89,80	4,40	3,72
13	sangat mempengaruhi kepuasan konsumen	101	92	91,09	4,56	4,28
Rata-rata		102	95	93,80	4,42	4,04

Sumber : Lampiran 4



Gambar 11. *Matrix Importance Performance Analysis* pada Grab Food One Salad

Pada Gambar 11 menunjukkan bahwa *Matrix Importance Performance Analysis* menempatkan Grab Food One Salad berada pada kuadran II (pertahankan prestasi), yang mengindikasikan bahwa aspek-aspek yang dievaluasi sudah sesuai dengan harapan pelanggan dan harus dipertahankan.

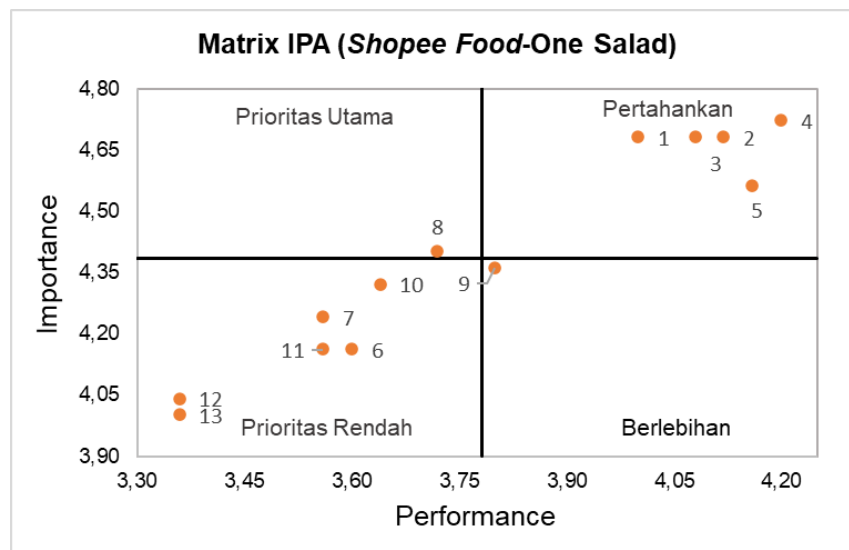
Tabel 22. Skor Tingkat Harapan, Tingkat Kenyataan, Tingkat Kesesuaian dan Rata-Rata Tingkat Harapan dan Tingkat Kenyataan Grab Food One Salad

No.	Indikator	Skor Tingkat Harapan (Yi)	Skor Tingkat Kenyataan (Xi)	Skor Tingkat Kesesuaian (Tki) (%)	Skor Rata-rata Tingkat Harapan (Yi)	Skor Rata-rata Tingkat Kenyataan (Xi)
1	Sangat puas melakukan pembelian salad buah pada layanan <i>food delivery</i>	108	107	99,07	4,32	4,28
2	Pemesanan salad buah pada layanan <i>food delivery</i> sangat mudah	109	107	98,17	4,36	4,28
3	<i>Outlet</i> Salad buah menyediakan	114	111	97,37	4,56	4,44

No.	Indikator	Skor Tingkat Harapan (Yi)	Skor Tingkat Kenyataan (Xi)	Skor Tingkat Kesesuaian (Tki) (%)	Skor Rata- rata Tingkat Harapan (Yi)	Skor Rata- rata Tingkat Kenyataan (Xi)
	tunai dan non tunai					
4	<i>Outlet</i> salad buah memberikan promo sebagai penawaran menarik	104	103	99,04	4,16	4,12
5	<i>Rating</i> mempengaruhi kualitas layanan <i>food delivery</i>	107	106	99,07	4,28	4,24
6	Bentuk dan tampilan salad buah pada aplikasi layanan <i>food delivery</i> sangat menarik dibandingkan <i>outlet</i> lainnya	102	100	98,04	4,00	4,08
7	Kualitas buah terjamin hingga ketangan konsumen	106	101	95,28	4,24	4,04
8	Salad buah dikemas sesuai dengan tampilan pada layanan <i>food delivery</i>	108	104	96,30	4,32	4,16
9	Harga salad buah di layanan <i>food delivery</i> sangat sesuai dengan kualitas dan rasa	108	104	96,30	4,32	4,16

No.	Indikator	Skor Tingkat Harapan (Yi)	Skor Tingkat Kenyataan (Xi)	Skor Tingkat Kesesuaian (Tki) (%)	Skor Rata-rata Tingkat Harapan (Yi)	Skor Rata-rata Tingkat Kenyataan (Xi)
10	Potongan harga (promo) berlaku untuk semua ukuran salad buah	109	106	97,25	4,36	4,24
11	Pengiriman salad buah melalui <i>food delivery</i> tidak terlalu lama	101	100	99,01	4,04	4,00
12	<i>Outlet</i> salad buah sangat strategis dengan titik penerima	105	100	95,24	4,20	4,00
13	Estimasi waktu pengantaran salad buah sangat mempengaruhi kepuasan konsumen	112	109	97,32	4,48	4,36
Rata-rata		107	104	97,50	4,28	4,18

Sumber : Lampiran 4



Gambar 12. *Matrix Importance Performance Analysis* pada Shopee Food One Salad

Pada Gambar 12 menunjukkan bahwa *Matrix Importance Performance Analysis* menempatkan Shopee Food One Salad berada pada kuadran III (prioritas rendah), yang mengindikasikan bahwa aspek-aspek yang dievaluasi memiliki beberapa faktor yang dianggap Tingkat persepsi atau actual yang rendah dan tidak terlalu dinantikan oleh konsumen, sehingga Perusahaan tidak perlu memprioritaskan dan memberikan perhatian lebih pada faktor tersebut.

Tabel 23. Skor Tingkat Harapan, Tingkat Kenyataan, Tingkat Kesesuaian dan Rata-Rata Tingkat Harapan dan Tingkat Kenyataan Shopee Food One Salad

No.	Indikator	Skor Tingkat Harapan (Yi)	Skor Tingkat Kenyataan (Xi)	Skor Tingkat Kesesuaian (Tki) (%)	Skor Rata-rata Tingkat Harapan (Yi)	Skor Rata-rata Tingkat Kenyataan (Xi)
1	Sangat puas melakukan pembelian salad buah pada layanan <i>food delivery</i>	117	100	85,47	4,68	4,00
2	Pemesanan salad buah pada layanan <i>food delivery</i> sangat mudah	117	103	88,03	4,68	4,12
3	<i>Outlet</i> Salad buah menyediakan tunai dan non tunai	117	102	87,18	4,68	4,08
4	<i>Outlet</i> salad buah memberikan promo sebagai penawaran menarik	118	105	88,98	4,72	4,20
5	<i>Rating</i> mempengaruhi	114	104	91,23	4,56	4,16

No.	Indikator	Skor Tingkat Harapan (Yi)	Skor Tingkat Kenyataan (Xi)	Skor Tingkat Kesesuaian (Tki) (%)	Skor Rata- rata Tingkat Harapan (Yi)	Skor Rata- rata Tingkat Kenyataan (Xi)
	kualitas layanan <i>food delivery</i>					
6	Bentuk dan tampilan salad buah pada aplikasi layanan <i>food delivery</i> sangat menarik dibandingkan <i>outlet</i> lainnya	104	90	86,54	4,16	3,60
7	Kualitas buah terjamin hingga ketangan konsumen	106	89	83,96	4,24	3,56
8	Salad buah dikemas sesuai dengan tampilan pada layanan <i>food delivery</i>	110	93	84,55	4,40	3,72
9	Harga salad buah di layanan <i>food delivery</i> sangat sesuai dengan kualitas dan rasa	109	95	87,16	4,36	3,80
10	Potongan harga (promo) berlaku untuk semua ukuran salad buah	108	91	84,26	4,32	3,64
11	Pengiriman salad buah melalui <i>food delivery</i> tidak terlalu lama	104	89	85,58	4,16	3,56

No.	Indikator	Skor Tingkat Harapan (Yi)	Skor Tingkat Kenyataan (Xi)	Skor Tingkat Kesesuaian (Tki) (%)	Skor Rata- rata Tingkat Harapan (Yi)	Skor Rata- rata Tingkat Kenyataan (Xi)
12	Outlet salad buah sangat strategis dengan titik penerima	101	84	83,17	4,04	3,36
13	Estimasi waktu pengantaran salad buah sangat mempengaruhi kepuasan konsumen	100	84	84,00	4,00	3,36
Rata-rata		110	95	86,16	4,38	3,78

Sumber : Lampiran 4

Kuadran I (Prioritas Utama)

Atribut yang berada pada kuadran ini memiliki prioritas tinggi dan dianggap sangat penting oleh konsumen namun pada kenyataannya tingkat kepuasan konsumen pada atribut ini masih relatif rendah. Pada Tabel 24 menjelaskan perbandingan hasil dari diagram kartesius IPA masing-masing kuadran I. Terdapat kesamaan atribut kinerja antara Grab Food dan Shopee Food yang terdapat pada kuadran I sehingga menunjukkan bahwa kinerja yang diberikan sama-sama belum memiliki kinerja yang diharapkan konsumen. Atribut tersebut adalah harga salad buah di layanan *food delivery* sangat sesuai dengan kualitas dan rasa. Kemudian atribut kuadran I pada Go Food adalah sangat puas melakukan pembelian salad buah pada layanan *food delivery*. Secara umum, hasil ini mengindikasikan bahwa meskipun ketiga layanan *food delivery* memiliki kelemahan dalam memenuhi ekspektasi konsumen terkait dengan harga dan kualitas salad buah. Pihak manajemen ketiga layanan ini sebaiknya fokus pada peningkatan kualitas produk serta penyesuaian harga untuk memenuhi harapan konsumen dan meningkatkan kepuasan.

Tabel 24. Hasil Analisis IPA kuadran I

Go Food	Grab food	Shopee Food
Kepuasan melakukan pembelian salad buah pada layanan <i>food delivery</i>	Harga salad buah di layanan <i>food delivery</i> sangat sesuai dengan kualitas dan rasa	Harga salad buah di layanan <i>food delivery</i> sangat sesuai dengan kualitas dan rasa
	Potongan harga (promo) berlaku untuk semua ukuran salad buah	

Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Atribut yang berada pada kuadran ini memiliki prioritas tinggi dan dianggap sangat penting oleh konsumen dan tingkat kepuasan konsumen pada atribut ini sesuai dengan kepentingannya. Tabel 25 di bawah ini menjelaskan perbandingan hasil dari diagram kartesius IPA masing-masing kuadran II. Untuk atribut yang sangat penting dan sudah sesuai dengan kepuasan konsumen pada ketiga *e-commerce* adalah pemesanan salad buah pada layanan *food delivery* sangat mudah. Hal ini menandakan bahwa ketiga *e-commerce* telah berhasil dalam memberikan pengalaman pemesanan yang sangat mudah untuk salad buah. Konsumen menganggap kemudahan dalam proses pemesanan sebagai aspek yang sangat penting, dan ketiga *e-commerce* telah memenuhi atau bahkan melampaui harapan mereka dalam hal ini.

Atribut selanjutnya pada penelitian ini yang sama-sama berada pada kuadran II yaitu outlet salad buah memberikan promo sebagai penawaran menarik. Hal ini harus bisa dipertahankan keunggulannya karena ini adalah faktor yang sangat penting bagi pelanggan dan berkontribusi besar pada kepuasan pelanggan, peningkatan penjualan, dan posisi kompetitif outlet. Dengan mempertahankan dan terus mengembangkan strategi promo yang efektif, outlet tidak hanya dapat menarik lebih banyak pelanggan tetapi juga mempertahankan pelanggan yang ada dan memperkuat posisi mereka di pasar.

Rating mempengaruhi kualitas layanan *food delivery* juga sama-sama berada pada kuadran II di ketiga *e-commerce*. Hal ini menunjukkan bahwa GrabFood, Shopee Food, dan GoFood

telah berhasil dalam memberikan layanan berkualitas sesuai dengan harapan konsumen. Menjaga dan meningkatkan *rating* adalah kunci untuk mempertahankan kepuasan pelanggan, meningkatkan daya saing, dan mencapai tujuan pemasaran. Dengan mempertahankan *rating* yang baik, perusahaan tidak hanya memastikan kepuasan pelanggan saat ini, tetapi juga memanfaatkan *rating* sebagai alat pemasaran, membangun loyalitas pelanggan, dan meningkatkan volume penjualan.

Tabel 25. Hasil Analisis IPA kuadran II

Go Food	Grab Food	Shopee Food
Pemesanan salad buah pada layanan <i>food delivery</i> sangat mudah	Sangat puas melakukan pembelian salad buah pada layanan <i>food delivery</i>	Sangat puas melakukan pembelian salad buah pada layanan <i>food delivery</i>
<i>Outlet</i> Salad buah menyediakan tunai dan non tunai	Pemesanan salad buah pada layanan <i>food delivery</i> sangat mudah	Pemesanan salad buah pada layanan <i>food delivery</i> sangat mudah
<i>Outlet</i> salad buah memberikan promo sebagai penawaran menarik	<i>Outlet</i> Salad buah menyediakan tunai dan non tunai	<i>Outlet</i> Salad buah menyediakan tunai dan non tunai
Rating mempengaruhi kualitas layanan food delivery	Rating mempengaruhi kualitas layanan food delivery	<i>Outlet</i> salad buah memberikan promo sebagai penawaran menarik
Harga salad buah di layanan <i>food delivery</i> sangat sesuai dengan kualitas dan rasa	Potongan harga (promo) berlaku untuk semua ukuran salad buah	Rating mempengaruhi kualitas layanan food delivery
Potongan harga (promo) berlaku untuk semua ukuran salad buah	Estimasi waktu pengantaran salad buah sangat mempengaruhi kepuasan konsumen	
Estimasi waktu pengantaran salad buah sangat mempengaruhi		

Kuadran III (Prioritas rendah)

Atribut yang dinilai kurang penting dan tingkat kepuasan konsumen juga dinilai belum sesuai dengan harapan konsumen. Indikator atribut pada kuadran III mempunyai pengaruh yang kecil sehingga peningkatan kinerjanya dapat dipertimbangkan lagi. Atribut pada kuadran ini memiliki prioritas rendah untuk diperbaiki. Atribut pada kuadran III yang memiliki kesamaan pada ketiga platform adalah bentuk dan tampilan salad buah pada aplikasi layanan *food delivery* sangat menarik dibandingkan outlet lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa ini adalah aspek yang kurang penting bagi konsumen. Dengan kata lain, konsumen tidak terlalu mementingkan bentuk dan tampilan salad buah pada aplikasi dibandingkan dengan faktor lainnya. Meskipun tampilan yang menarik pada aplikasi bisa menjadi nilai tambah, tingkat kepuasan konsumen pada atribut ini belum memenuhi harapan mereka. Ini berarti bahwa meskipun tampilan salad buah di aplikasi tidak sepenuhnya memuaskan konsumen, mereka tidak merasa hal ini sangat penting. Karena atribut ini berada di Kuadran III, pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen relatif kecil. Ini berarti bahwa perbaikan dalam aspek ini tidak akan memberikan dampak besar terhadap kepuasan keseluruhan konsumen atau keputusan mereka untuk memilih layanan *food delivery*.

Tabel 26. Hasil Analisis IPA kuadran III

Go Food	Grab food	Shopee Food
Bentuk dan tampilan salad buah pada aplikasi layanan <i>food delivery</i> sangat menarik dibandingkan <i>outlet</i> lainnya	<i>Outlet</i> salad buah memberikan promo sebagai penawaran menarik	Bentuk dan tampilan salad buah pada aplikasi layanan <i>food delivery</i> sangat menarik dibandingkan <i>outlet</i> lainnya
Kualitas buah terjamin hingga ketangan konsumen	Bentuk dan tampilan salad buah pada aplikasi layanan <i>food delivery</i> sangat menarik dibandingkan <i>outlet</i> lainnya	Kualitas buah terjamin hingga ketangan konsumen

Go Food	Grab food	Shopee Food
Salad buah dikemas sesuai dengan tampilan pada layanan <i>food delivery</i>	Kualitas buah terjamin hingga ketangan konsumen	Potongan harga (promo) berlaku untuk semua ukuran salad buah
Pengiriman salad buah melalui <i>food delivery</i> tidak terlalu lama	Pengiriman salad buah melalui <i>food delivery</i> tidak terlalu lama	Pengiriman salad buah melalui <i>food delivery</i> tidak terlalu lama
<i>Outlet</i> salad buah sangat strategis dengan titik penerima	<i>Outlet</i> salad buah sangat strategis dengan titik penerima	<i>Outlet</i> salad buah sangat strategis dengan titik penerima
		Estimasi waktu pengantaran salad buah sangat mempengaruhi kepuasan konsumen

Kuadran IV (Berlebihan)

Atribut yang dinilai kurang penting menurut konsumen, melainkan perusahaan telah memberikan yang terbaik sehingga konsumen merasakan hal yang berlebihan dari atribut tersebut. Pada Shopee Food telah memberikan yang terbaik sehingga konsumen merasakan hal yang berlebihan dari atribut tersebut yaitu harga salad buah di layanan *food delivery* sangat sesuai dengan kualitas dan rasa. Atribut dianggap berlebihan dikarenakan konsumen telah merasa layanan yang diberikan sudah baik namun kedepannya perusahaan perlu tetap fokus untuk mempertahankan kinerja seluruh atribut untukantisipasi tingkat kepentingan yang meningkat di masa mendatang. Perusahaan dapat mengurangi kinerja atribut pada kuadran IV agar dapat fokus meningkatkan kinerja yang ada pada kuadran I.

Tabel 27. Hasil Analisis IPA kuadran IV

Go Food	Grab Food	Shopee Food
		Harga salad buah di layanan <i>food delivery</i> sangat sesuai dengan kualitas dan rasa

5.4.2. Rekapitulasi Kepentingan Konsumen One Salad

Adapun hasil penelitian kepentingan konsumen dalam pembelian salad buah pada Go Food, Grab Food dan Shopee Food di One Salad sebagai berikut:

Tabel 28. Rekapitulasi Kepentingan Konsumen One Salad

No	E-commerce	Kuadran	Kategori
1	Go Food	II	Pertahankan Prestasi
2	Grab Food	II	Pertahankan Prestasi
3	Shopee Food	III	Prioritas Rendah

Berdasarkan Tabel 28 menunjukkan bahwa rekapitulasi seluruh *e-commerce* pada kualitas layanan, kualitas produk dan kecepatan pengantaran. Pada Go Food berada pada (kuadran II) pertahankan prestasi. Hipotesis 1(a) mengatakan “tingkat kepentingan konsumen dalam pembelian salad buah pada UMKM One Salad melalui *e-commerce* Go Food berada pada kategori pertahankan prestasi (kuadran II)” maka **hipotesis 1(a) diterima**. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Octaviani dan Cahyadi (2022) terkait persaingan platform digital layanan pesan-antar makanan di Provinsi DKI Jakarta. Hasil analisisnya menunjukkan bahwa layanan Go Food berada pada kategori pertahankan prestasi. Atribut yang sangat penting dan sudah sesuai dengan kepuasan konsumen pada layanan Go Food adalah pengemudi memberikan kata-kata dan perilaku yang baik saat mengantar makanan, rasa makanan setelah pengiriman, pengemudi mengantaran makanan atau minuman sesuai pesanan, aplikasi melindungi informasi pribadi pelanggan dan informasi pembayaran elektronik, dan aplikasi dapat menjaga catatan pesanan yang diberikan oleh pelanggan serta adanya penawaran yang menarik seperti diskon, dan kemudahan informasi ulasan dan *rating* makanan atau minuman.

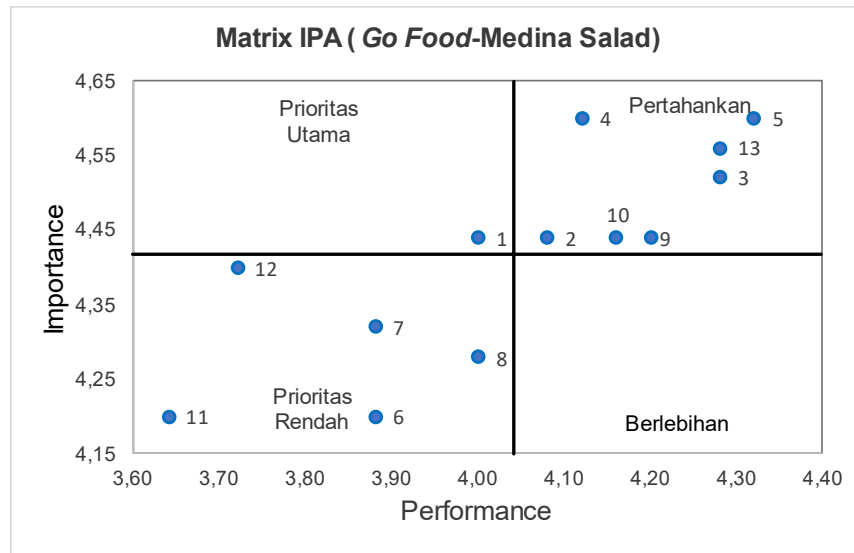
Pada Grab Food berada pada (kuadran II) pertahankan prestasi. Hipotesis 1(b) mengatakan “tingkat kepentingan konsumen dalam pembelian salad buah pada UMKM One Salad melalui *e-commerce* grab food berada pada kategori pertahankan prestasi (kuadran II)” maka **hipotesis 1(b) diterima**. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Octaviani dan Cahyadi (2022) terkait persaingan platform digital layanan pesan-antar makanan di Provinsi DKI Jakarta. Hasil analisisnya menunjukkan bahwa layanan Grab Food berada pada kategori pertahankan prestasi. Atribut yang sangat penting dan sudah sesuai dengan kepuasan konsumen pada layanan Grab Food adalah aplikasi yang sederhana dan lancar untuk dioperasikan, rasa makanan setelah pengiriman, pengemudi mengantarkan makanan atau minuman sesuai pesanan, aplikasi melindungi informasi pribadi pelanggan dan informasi pembayaran elektronik, dan aplikasi dapat menjaga catatan pesanan yang diberikan oleh pelanggan serta adanya penawaran yang menarik seperti diskon, dan kemudahan informasi ulasan dan *rating* makanan atau minuman.

Pada Shopee Food berada pada (kuadran III) Prioritas Rendah. Hipotesis 1(c) mengatakan “tingkat kepentingan konsumen dalam pembelian salad buah pada UMKM One Salad melalui *e-commerce* shopee food berada pada kategori prioritas rendah (kuadran III)” maka **hipotesis 1(c) ditolak**. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Octaviani dkk. (2022) terkait persaingan platform digital layanan pesan-antar makanan di Provinsi DKI Jakarta. Hasil analisisnya menunjukkan bahwa layanan Shopee Food berada pada kategori prioritas rendah. Atribut yang tidak dirasa penting oleh konsumen pada layanan Shopee Food namun masih memiliki kinerja relatif rendah adalah pengemudi memiliki seragam yang bersih dan rapi, pengemudi dapat membantu memecahkan masalah pelanggan (misalnya saat pesanan tidak tersedia pada restoran), bentuk dan tampilan makanan setelah pengiriman, proses layanan pesan-antar makanan memenuhi persyaratan kebersihan, dan pengemudi mengantarkan makanan

dengan cepat hingga menginformasikan waktu pengiriman. Konsumen beranggapan agar platform dapat memperbaiki estimasi waktu pengiriman padahal jarak dari restoran ke rumah pelanggan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

5.4.3. Medina Salad Buah

Pengukuran tingkat kepentingan dan kinerja setiap atribut secara lengkap dijabarkan melalui metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dengan menguraikan seluruh atribut ke dalam diagram kartesius. Analisis dengan metode IPA bertujuan mengidentifikasi harapan konsumen terhadap pembelian salad buah melalui *e-commerce* di Makassar. Melalui analisis IPA, perusahaan penyedia layanan pesan-antar makanan diharapkan mampu menyesuaikan strategi yang ada selama ini dengan kebutuhan konsumen sehingga bisa tetap mempertahankan atribut yang sudah berkinerja memuaskan dan meningkatkan performa kinerja atribut yang belum memuaskan konsumen. Diagram kartesius IPA masing masing platform memuat nilai total dari rata-rata tingkat kepentingan atribut platform digital layanan pesan-antar makanan dan tingkat kinerja atribut Go Food, Grab Food dan Shopee Food. Data lengkap mengenai rata-rata hasil perhitungan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atribut platform digital layanan pesan-antar makanan dan diagram kartesius secara lengkap. Berikut ini dijabarkan dalam bentuk tabel terkait dengan prioritas perbaikan atribut dari masing-masing platform digital.



Gambar 13. *Matrix Importance Performance Analysis* pada Go food Medina Salad Buah

Pada Gambar 13 menunjukkan bahwa *Matrix Importance Performance Analysis* menempatkan Go Food Medina Salad Buah berada pada kuadran II (pertahankan prestasi), yang mengindikasikan bahwa aspek-aspek yang dievaluasi sudah sesuai dengan harapan pelanggan dan harus dipertahankan.

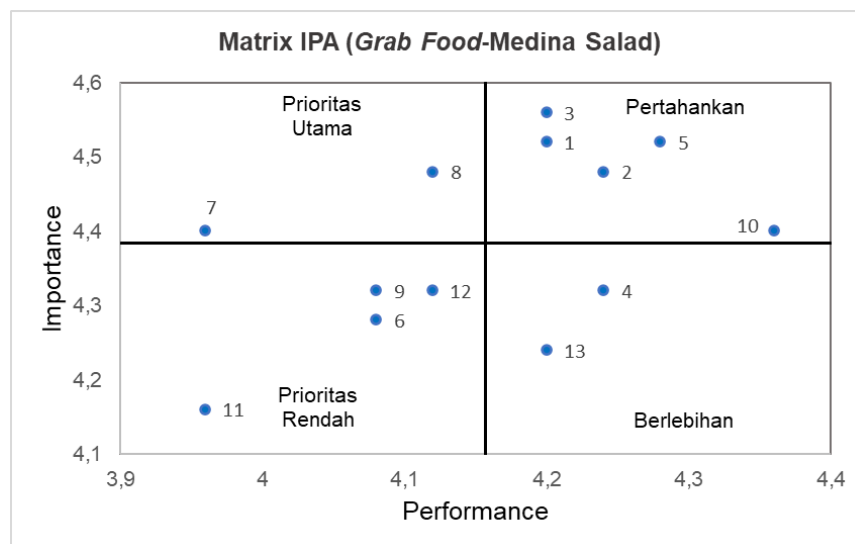
Tabel 29. Skor Tingkat Harapan, Tingkat Kenyataan, Tingkat Kesesuaian dan Rata-Rata Tingkat Harapan dan Tingkat Kenyataan Go Food Medina Salad

No.	Indikator	Skor Tingkat Harapan (Yi)	Skor Tingkat Kenyataan (Xi)	Skor Tingkat Kesesuaian (Tki) (%)	Skor Rata-rata Tingkat Harapan (Yi)	Skor Rata-rata Tingkat Kenyataan (Xi)
1	Sangat puas melakukan pembelian salad buah pada layanan <i>food delivery</i>	111	100	90,09	4,44	4,00
2	Pemesanan salad buah pada layanan <i>food delivery</i> sangat mudah	111	102	91,89	4,44	4,08
3	Outlet Salad buah menyediakan	113	107	94,69	4,52	4,28

No.	Indikator	Skor Tingkat Harapan (Yi)	Skor Tingkat Kenyataan (Xi)	Skor Tingkat Kesesuaian (Tki) (%)	Skor Rata- rata Tingkat Harapan (Yi)	Skor Rata- rata Tingkat Kenyataan (Xi)
	tunai dan non tunai					
4	<i>Outlet</i> salad buah memberikan promo sebagai penawaran menarik	115	103	89,57	4,60	4,12
5	<i>Rating</i> mempengaruhi kualitas layanan <i>food delivery</i>	115	108	93,91	4,60	4,32
6	Bentuk dan tampilan salad buah pada aplikasi layanan <i>food delivery</i> sangat menarik dibandingkan <i>outlet</i> lainnya	105	97	92,38	4,20	3,88
7	Kualitas buah terjamin hingga ketangan konsumen	108	97	89,81	4,32	3,88
8	Salad buah dikemas sesuai dengan tampilan pada layanan <i>food delivery</i>	107	100	93,46	4,28	4,00
9	Harga salad buah di layanan <i>food delivery</i> sangat sesuai dengan kualitas dan rasa	111	105	94,59	4,44	4,20
10	Potongan harga (promo) berlaku	111	104	93,69	4,44	4,16

No.	Indikator	Skor Tingkat Harapan (Yi)	Skor Tingkat Kenyataan (Xi)	Skor Tingkat Kesesuaian (Tki) (%)	Skor Rata- rata Tingkat Harapan (Yi)	Skor Rata- rata Tingkat Kenyataan (Xi)
	untuk semua ukuran salad buah					
11	Pengiriman salad buah melalui <i>food delivery</i> tidak terlalu lama	105	91	86,67	4,20	3,64
12	<i>Outlet</i> salad buah sangat strategis dengan titik penerima	110	93	84,55	4,40	3,72
13	Estimasi waktu pengantaran salad buah sangat mempengaruhi kepuasan konsumen	114	107	93,86	4,56	4,28
Rata-rata		110	101	91,47	4,42	4,04

Sumber : Lampiran 4



Gambar 14. *Matrix Importance Performance Analysis* pada Grab Food Medina Salad Buah

Pada Gambar 14 menunjukkan bahwa *Matrix Importance Performance Analysis* menempatkan Grab Food Medina Salad Buah berada pada kuadran II (pertahankan prestasi),

yang mengindikasikan bahwa aspek-aspek yang dievaluasi sudah sesuai dengan harapan pelanggan dan harus dipertahankan.

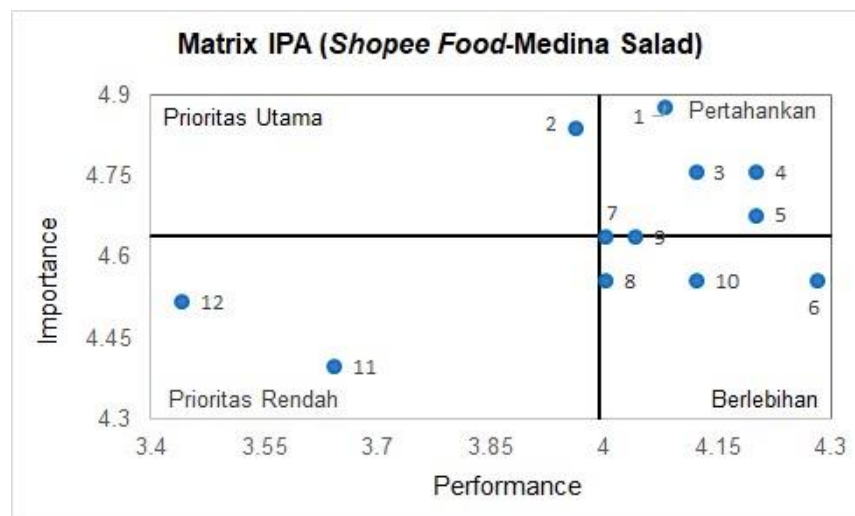
Tabel 30. Skor Tingkat Harapan, Tingkat Kenyataan, Tingkat Kesesuaian dan Rata-Rata Tingkat Harapan dan Tingkat Kenyataan Grab Food Medina Salad

No.	Indikator	Skor Tingkat Harapan (Yi)	Skor Tingkat Kenyataan (Xi)	Skor Tingkat Kesesuaian (Tki) (%)	Skor Rata-rata Tingkat Harapan (Yi)	Skor Rata-rata Tingkat Kenyataan (Xi)
1	Sangat puas melakukan pembelian salad buah pada layanan <i>food delivery</i>	113	105	92,92	4,52	4,20
2	Pemesanan salad buah pada layanan <i>food delivery</i> sangat mudah	112	106	94,64	4,48	4,24
3	<i>Outlet</i> Salad buah menyediakan tunai dan non tunai	114	105	92,11	4,56	4,20
4	<i>Outlet</i> salad buah memberikan promo sebagai penawaran menarik	108	106	98,15	4,32	4,24
5	<i>Rating</i> mempengaruhi kualitas layanan <i>food delivery</i>	113	107	94,69	4,52	4,28
6	Bentuk dan tampilan salad buah pada aplikasi	107	102	95,33	4,28	4,08

No.	Indikator	Skor Tingkat Harapan (Yi)	Skor Tingkat Kenyataan (Xi)	Skor Tingkat Kesesuaian (Tki) (%)	Skor Rata- rata Tingkat Harapan (Yi)	Skor Rata- rata Tingkat Kenyataan (Xi)
	layanan <i>food delivery</i> sangat menarik dibandingkan <i>outlet</i> lainnya					
7	Kualitas buah terjamin hingga ketangan konsumen	110	99	90,00	4,40	3,96
8	Salad buah dikemas sesuai dengan tampilan pada layanan <i>food delivery</i>	112	103	91,96	4,48	4,12
9	Harga salad buah di layanan <i>food delivery</i> sangat sesuai dengan kualitas dan rasa	108	102	94,44	4,32	4,08
10	Potongan harga (promo) berlaku untuk semua ukuran salad buah	110	109	99,09	4,40	4,36
11	Pengiriman salad buah melalui <i>food delivery</i> tidak terlalu lama	104	99	95,19	4,16	3,96
12	<i>Outlet</i> salad buah sangat strategis dengan titik penerima	108	103	95,37	4,32	4,12

No.	Indikator	Skor Tingkat Harapan (Yi)	Skor Tingkat Kenyataan (Xi)	Skor Tingkat Kesesuaian (Tki) (%)	Skor Rata- rata Tingkat Harapan (Yi)	Skor Rata- rata Tingkat Kenyataan (Xi)
13	Estimasi waktu pengantaran salad buah sangat mempengaruhi kepuasan konsumen	106	105	99,06	4,24	4,20
Rata-rata		109,62	103,92	94,84	4,38	4,16

Sumber : Lampiran 4



Gambar 15. *Matrix Importance Performance Analysis* pada Shopee Food Medina Salad Buah

Pada Gambar 15 menunjukkan bahwa *Matrix Importance Performance Analysis* menempatkan Shopee Food Medina Salad Buah berada pada kuadran IV (pertahankan prestasi), yang mengindikasikan bahwa aspek-aspek yang dievaluasi mempunyai beberapa faktor-faktor yang tidak terlalu penting dan tidak terlalu diharapkan oleh konsumen sehingga Perusahaan lebih baik untuk memperbaiki sumberdaya yang terkait kepada faktor-faktor lain yang memiliki Tingkat prioritas lebih diutamakan.

Tabel 31. Skor Tingkat Harapan, Tingkat Kenyataan, Tingkat Kesesuaian dan Rata-Rata Tingkat Harapan dan Tingkat Kenyataan Shopee Food Medina Salad

No.	Indikator	Skor Tingkat Harapan (Yi)	Skor Tingkat Kenyataan (Xi)	Skor Tingkat Kesesuaian (Tki) (%)	Skor Rata- rata Tingkat Harapan (Yi)	Skor Rata- rata Tingkat Kenyataan (Xi)
1	Sangat puas melakukan pembelian salad buah pada layanan <i>food delivery</i>	113	105	92,92	4,52	4,20
2	Pemesanan salad buah pada layanan <i>food delivery</i> sangat mudah	112	106	94,64	4,48	4,24
3	<i>Outlet</i> Salad buah menyediakan tunai dan non tunai	114	105	92,11	4,56	4,20
4	<i>Outlet</i> salad buah memberikan promo sebagai penawaran menarik	108	106	98,15	4,32	4,24
5	<i>Rating</i> mempengaruhi kualitas layanan <i>food delivery</i>	113	107	94,69	4,52	4,28
6	Bentuk dan tampilan salad buah pada aplikasi layanan <i>food delivery</i> sangat menarik dibandingkan <i>outlet</i> lainnya	107	102	95,33	4,28	4,08
7	Kualitas buah terjamin hingga	110	99	90,00	4,40	3,96

No.	Indikator	Skor Tingkat Harapan (Yi)	Skor Tingkat Kenyataan (Xi)	Skor Tingkat Kesesuaian (Tki) (%)	Skor Rata- rata Tingkat Harapan (Yi)	Skor Rata- rata Tingkat Kenyataan (Xi)
	ketangan konsumen					
8	Salad buah dikemas sesuai dengan tampilan pada layanan <i>food delivery</i>	112	103	91,96	4,48	4,12
9	Harga salad buah di layanan <i>food delivery</i> sangat sesuai dengan kualitas dan rasa	108	102	94,44	4,32	4,08
10	Potongan harga (promo) berlaku untuk semua ukuran salad buah	110	109	99,09	4,40	4,36
11	Pengiriman salad buah melalui <i>food delivery</i> tidak terlalu lama	104	99	95,19	4,16	3,96
12	<i>Outlet</i> salad buah sangat strategis dengan titik penerima	108	103	95,37	4,32	4,12
13	Estimasi waktu pengantaran salad buah sangat mempengaruhi kepuasan konsumen	106	105	99,06	4,24	4,20
Rata-rata		109,62	103,92	94,84	4,38	4,16

Sumber : Lampiran 4

Kuadran I (Prioritas Utama)

Atribut yang berada pada kuadran ini memiliki prioritas tinggi dan dianggap sangat penting oleh konsumen namun pada kenyataannya tingkat kepuasan konsumen pada atribut ini masih relatif rendah. Tabel 32 menjelaskan perbandingan hasil dari diagram kartesius IPA masing-masing kuadran I. Atribut kuadran I pada Go Food adalah tersebut adalah sangat puas melakukan pembelian salad buah pada layanan *food delivery*. Atribut pada Grab Food adalah kualitas buah terjamin hingga ketangan konsumen dan salad buah dikemas sesuai dengan tampilan pada layanan *food delivery*. Sedangkan, atribut pada Shopee Food adalah pemesanan salad buah pada layanan *food delivery* sangat mudah.

Secara umum, hasil ini mengindikasikan bahwa atribut-atribut di Kuadran I adalah aspek-aspek yang sangat penting bagi konsumen namun saat ini tidak memuaskan. Hal ini menunjukkan bahwa Go Food, Grab Food, dan Shopee Food harus memberikan prioritas tinggi pada perbaikan atribut-atribut ini untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat posisi mereka di pasar *food delivery*. Tindakan perbaikan yang direncanakan harus fokus pada mengatasi kekurangan yang ada, menjaga konsistensi dalam pelayanan, dan meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan.

Tabel 32. Hasil Analisis IPA kuadran I

Go Food	Grab Food	Shopee Food
Sangat puas melakukan pembelian salad buah pada layanan <i>food delivery</i>	Kualitas buah terjamin hingga ketangan konsumen Salad buah dikemas sesuai dengan tampilan pada layanan <i>food delivery</i>	Pemesanan salad buah pada layanan <i>food delivery</i> sangat mudah

Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Atribut yang berada pada kuadran ini memiliki prioritas tinggi dan dianggap sangat penting oleh konsumen dan tingkat kepuasan konsumen pada atribut ini sesuai dengan kepentingannya. Tabel 33 di bawah ini menjelaskan perbandingan hasil dari diagram kartesius IPA masing-masing kuadran II. Untuk atribut yang sangat penting dan sudah sesuai dengan kepuasan konsumen pada ketiga *e-commerce* adalah outlet salad buah menyediakan tunai dan non tunai. Hal ini menandakan bahwa ketiga *e-commerce* telah berhasil memenuhi harapan konsumen dengan menyediakan berbagai metode pembayaran. Ini menunjukkan bahwa ketiga *e-commerce* sudah berhasil dalam memenuhi kebutuhan dasar pelanggan terkait opsi pembayaran.

Atribut selanjutnya pada penelitian ini yang sama-sama berada pada kuadran II yaitu *rating* mempengaruhi kualitas layanan *food delivery* juga sama-sama berada pada kuadran II di ketiga *e-commerce*. Hal ini menunjukkan bahwa *rating* memiliki peran krusial dalam persepsi konsumen terhadap kualitas layanan *food delivery* di semua *e-commerce*. Konsumen tidak hanya memperhatikan *rating* sebagai indikator kualitas, tetapi juga merasa puas ketika *rating* tersebut mencerminkan kenyataan. Artinya GrabFood, Shopee Food, dan GoFood telah berhasil dalam memenuhi harapan konsumen terhadap kualitas layanan yang diberikan, terutama dalam aspek yang dinilai melalui *rating*. Ketiga *e-commerce* ini telah mampu mempertahankan standar yang tinggi sesuai dengan ekspektasi konsumen, sehingga *rating* yang diberikan mencerminkan kepuasan konsumen yang sebenarnya.

Tabel 33. Hasil Analisis IPA kuadran II

Go Food	Grab Food	Shopee Food
Pemesanan salad buah pada layanan <i>food delivery</i> sangat mudah	Sangat puas melakukan pembelian salad buah pada layanan <i>food delivery</i>	Sangat puas melakukan pembelian salad buah pada layanan <i>food delivery</i>
Outlet Salad buah menyediakan tunai dan non tunai	Pemesanan salad buah pada layanan <i>food delivery</i> sangat mudah	Outlet Salad buah menyediakan tunai dan non tunai

<i>Outlet</i> salad buah memberikan promo sebagai penawaran menarik	<i>Outlet</i> Salad buah menyediakan tunai dan non tunai	<i>Outlet</i> salad buah memberikan promo sebagai penawaran menarik
Rating mempengaruhi kualitas layanan food delivery	Rating mempengaruhi kualitas layanan food delivery	Rating mempengaruhi kualitas layanan food delivery
Harga salad buah di layanan <i>food delivery</i> sangat sesuai dengan kualitas dan rasa	Potongan harga (promo) berlaku untuk semua ukuran salad buah	
Potongan harga (promo) berlaku untuk semua ukuran salad buah		
Estimasi waktu pengantaran salad buah sangat mempengaruhi kepuasan konsumen		

Kuadran III (Prioritas Rendah)

Atribut yang dinilai kurang penting dan tingkat kepuasan konsumen juga dinilai belum sesuai dengan harapan konsumen. Indikator atribut pada kuadran III mempunyai pengaruh yang kecil sehingga peningkatan kinerjanya dapat dipertimbangkan lagi. Atribut pada kuadran ini memiliki prioritas rendah untuk diperbaiki. Atribut pada kuadran III yang memiliki kesamaan pada ketiga platform adalah pengiriman salad buah melalui *food delivery* tidak terlalu lama. Hal ini menunjukkan bahwa ini adalah aspek yang kurang penting bagi konsumen. Dengan kata lain, konsumen tidak terlalu mementingkan waktu pengiriman salad buah melalui layanan *food delivery*. Hal ini menunjukkan bahwa aspek tersebut memiliki pengaruh yang kecil terhadap kepuasan keseluruhan konsumen, sehingga tidak menjadi prioritas utama untuk diperbaiki atau ditingkatkan. Fokus pada atribut ini mungkin tidak akan memberikan dampak signifikan terhadap persepsi dan kepuasan konsumen. Atribut selanjutnya adalah *outlet* salad buah sangat

strategis dengan titik penerima. Artinya, lokasi outlet salad buah yang strategis dengan titik penerima tidak dianggap sangat penting oleh konsumen dalam konteks *food delivery*. Meskipun memiliki lokasi yang strategis dapat memudahkan pengiriman dan mungkin mengurangi waktu tunggu, konsumen tampaknya lebih fokus pada aspek lain yang mereka anggap lebih krusial untuk kepuasan mereka.

Atribut pada kuadran III yang memiliki kesamaan pada Go Food dan Grab Food adalah bentuk dan tampilan salad buah pada aplikasi layanan *food delivery* sangat menarik. Artinya, meskipun visual dan estetika produk di aplikasi memiliki nilai tersendiri, konsumen tidak menganggapnya sebagai faktor yang sangat penting dalam menentukan kepuasan mereka secara keseluruhan. Sebaliknya, perusahaan dapat lebih fokus pada aspek lain yang memiliki dampak lebih besar terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen.

Tabel 34. Hasil Analisis IPA kuadran III

Go Food	Grab food	Shopee Food
Bentuk dan tampilan salad buah pada aplikasi layanan <i>food delivery</i> sangat menarik dibandingkan <i>outlet</i> lainnya	Bentuk dan tampilan salad buah pada aplikasi layanan <i>food delivery</i> sangat menarik dibandingkan <i>outlet</i> lainnya	Potongan harga (promo) berlaku untuk semua ukuran salad buah
Kualitas buah terjamin hingga ketangan konsumen	Harga salad buah di layanan <i>food delivery</i> sangat sesuai dengan kualitas dan rasa	Pengiriman salad buah melalui <i>food delivery</i> tidak terlalu lama
Salad buah dikemas sesuai dengan tampilan pada layanan <i>food delivery</i>	Pengiriman salad buah melalui <i>food delivery</i> tidak terlalu lama	<i>Outlet</i> salad buah sangat strategis dengan titik penerima
Pengiriman salad buah melalui <i>food delivery</i> tidak terlalu lama	<i>Outlet</i> salad buah sangat strategis dengan titik penerima	

Outlet salad buah sangat strategis dengan titik penerima

Kuadran IV (Berlebihan)

Atribut yang dinilai kurang penting menurut konsumen, melainkan perusahaan telah memberikan yang terbaik sehingga konsumen merasakan hal yang berlebihan dari atribut tersebut. Atribut kuadran IV pada Grab Food adalah outlet salad buah memberikan promo sebagai penawaran menarik dan estimasi waktu pengantaran salad buah sangat mempengaruhi kepuasan konsumen. Sedangkan pada Shopee Food adalah bentuk dan tampilan salad buah pada aplikasi layanan *food delivery* sangat menarik dibandingkan outlet lainnya, kualitas buah terjamin hingga ketangan konsumen, salad buah dikemas sesuai dengan tampilan pada layanan *food delivery*, dan harga salad buah di layanan *food delivery* sangat sesuai dengan kualitas dan rasa. Atribut dianggap berlebihan dikarenakan konsumen telah merasa layanan yang diberikan sudah baik namun kedepannya perusahaan perlu tetap fokus untuk mempertahankan kinerja seluruh atribut untukantisipasi tingkat kepentingan yang meningkat di masa mendatang. Perusahaan dapat mengurangi kinerja atribut pada kuadran IV agar dapat fokus meningkatkan kinerja yang ada pada kuadran I.

Tabel 35. Hasil Analisis IPA kuadran IV

Go Food	Grab Food	Shopee Food
	<i>Outlet</i> salad buah memberikan promo sebagai penawaran menarik	Bentuk dan tampilan salad buah pada aplikasi layanan <i>food delivery</i> sangat menarik dibandingkan <i>outlet</i> lainnya
	Estimasi waktu pengantaran salad buah sangat mempengaruhi kepuasan konsumen	Kualitas buah terjamin hingga ketangan konsumen

Salad buah dikemas
sesuai dengan tampilan
pada layanan *food
delivery*

Harga salad buah di
layanan *food delivery*
sangat sesuai dengan
kualitas dan rasa

5.4.4. Rekapitulasi Kepentingan Konsumen Medina Salad Buah

Adapun hasil penelitian kepentingan konsumen dalam pembelian salad buah pada Go Food, Grab Food dan Shopee Food di One Salad sebagai berikut:

Tabel 36. Rekapitulasi Kepentingan Konsumen Medina Salad Buah

No	E-commerce	Kuadran	Kategori
1	Go Food	II	Pertahankan Prestasi
2	Grab Food	II	Pertahankan Prestasi
3	Shopee Food	IV	Berlebihan

Berdasarkan Tabel 36 menunjukkan bahwa rekapitulasi seluruh *e-commerce* pada kualitas layanan, kualitas produk dan kecepatan pengantaran. Pada Go Food berada pada (kuadran II) pertahankan prestasi. Hipotesis 1(d) mengatakan “tingkat kepentingan konsumen dalam pembelian salad buah pada UMKM Medina Salad Buah melalui *e-commerce* Go Food berada pada kategori pertahankan prestasi (kuadran II)” maka **hipotesis 1(d) ditolak**. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Octaviani dan Cahyadi (2022) terkait persaingan platform digital layanan pesan-antar makanan di Provinsi DKI Jakarta. Hasil analisisnya menunjukkan bahwa layanan Go Food berada pada kategori pertahankan prestasi. Atribut yang sangat penting dan sudah sesuai dengan kepuasan konsumen pada layanan Go Food adalah pengemudi memberikan kata-kata dan perilaku yang baik saat mengantar makanan, rasa makanan setelah pengiriman, pengemudi mengantaran makanan atau minuman sesuai pesanan, aplikasi melindungi informasi pribadi pelanggan dan informasi pembayaran elektronik, dan aplikasi

dapat menjaga catatan pesanan yang diberikan oleh pelanggan serta adanya penawaran yang menarik seperti diskon, dan kemudahan informasi ulasan dan *rating* makanan atau minuman.

Pada grab food berada pada (kuadran II) pertahankan prestasi. Hipotesis 1(e) mengatakan “tingkat kepentingan konsumen dalam pembelian salad buah pada UMKM Medina Salad Buah melalui *e-commerce* Grab Food berada pada kategori pertahankan prestasi (kuadran II)” maka **hipotesis 1(e) diterima**. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Octaviani dan Cahyadi (2022) terkait persaingan platform digital layanan pesan-antar makanan di Provinsi DKI Jakarta. Hasil analisisnya menunjukkan bahwa layanan Grab Food berada pada kategori pertahankan prestasi. Atribut yang sangat penting dan sudah sesuai dengan kepuasan konsumen pada layanan Grab Food adalah pengemudi memberikan kata-kata dan perilaku yang baik saat mengantar makanan, rasa makanan setelah pengiriman, pengemudi mengantarkan makanan atau minuman sesuai pesanan, aplikasi melindungi informasi pribadi pelanggan dan informasi pembayaran elektronik, dan aplikasi dapat menjaga catatan pesanan yang diberikan oleh pelanggan serta adanya penawaran yang menarik seperti diskon, dan kemudahan informasi ulasan dan *rating* makanan atau minuman.

Pada Shopee Food berada pada (kuadran III) Prioritas Rendah. Hipotesis 1(f) mengatakan “tingkat kepentingan konsumen dalam pembelian salad buah pada UMKM Medina Salad Buah melalui *e-commerce* Shopee Food berada pada kategori prioritas rendah (kuadran III)” maka **hipotesis 1(f) ditolak**. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pranita dkk. (2023) terkait kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan *food delivery* menggunakan Shopee Food. Hasil analisisnya menunjukkan bahwa layanan Shopee Food berada pada kategori berlebihan. Terdapat 11 atribut pada kuadran ini yang memiliki nilai tingkat kepentingan yang rendah tetapi kinerja layanan yang diberikan sudah cukup baik, diantaranya yaitu *e-commerce* dapat diakses

dengan mudah saat digunakan, melakukan respon instruksi dengan cepat, menyediakan informasi yang mudah dimengerti, menyediakan informasi yang detail dan cepat, menyediakan informasi seputar promo yang ditawarkan, penggunaan *e-commerce* menghemat biaya operasional, penggunaan *e-commerce* membuat pekerjaan lebih mudah, penggunaan *e-commerce* mempercepat penyelesaian pekerjaan, kemudahan dalam akses proses pencarian yang dibutuhkan, kemudahan dalam akses menu *e-commerce*, dan kemudahan akses fitur *chat* dan *call* dalam layanan.

Adapun hasil rekapitulasi One Salad dan Medina Salad Buah yaitu pada *e-commerce* Go Food dan Grab Food memiliki persamaan yang berada pada kuadran II yang artinya pada kuadran ini mempunyai faktor yang dianggap penting dan diharapkan sebagai salah satu faktor yang menunjang kepuasan konsumen sehingga Perusahaan wajib untuk mempertahankan prestasi kinerjanya. Pada One Salad *e-commerce* Shopee Food berada pada kuadran III yang artinya kuadran ini memiliki beberapa faktor yang dianggap Tingkat persepsi yang rendah dan tidak terlalu penting atau tidak terlalu dinantikan oleh konsumen sehingga Perusahaan tidak perlu memprioritaskan dan memberikan perhatian yang lebih pada faktor tersebut. Sedangkan Medina Salad Buah *e-commerce* Shopee Food berada pada kuadran IV yang artinya kuadran ini mempunyai faktor-faktor yang tidak terlalu penting dan tidak terlalu diharapkan oleh konsumen sehingga perusahaan lebih baik untuk memperbaiki sumber daya yang terkait pada faktor tersebut ke faktor-faktor lain yang memiliki Tingkat prioritas lebih diutamakan.

5.5. Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Pembelian Salad Buah

5.5.1. One Salad

5.5.1.1. Go Food

Berdasarkan jumlah sampel penelitian untuk pengguna layanan Go Food diketahui bahwasanya Konsumen One Salad yang menggunakan jasa layanan Gofood yaitu sebanyak 25 konsumen yang akan di analisis dengan *Customer Satisfaction Index* (CSI) yang menggunakan indeks atau mengukur tingkat kepuasan konsumen berdasarkan harapan konsumen terhadap jasa layanan dan kinerja yang dirasakan konsumen dapat dilihat dari tabel tingkat kepuasan berikut:

Tabel 37. Hasil Kepuasan Berdasarkan Hasil Analisis CSI Go Food One Salad

No.	Indikator	Rata-rata Skor Tingkat Harapan (MIS)	Weighted Factor (WF)	Rata-rata Skor Tingkat Kenyataan (MMS)	Weighted Score (WS)
1	Sangat puas melakukan pembelian salad buah pada layanan <i>food delivery</i>	4,16	7,87	4,12	32,44
2	Pemesanan salad buah pada layanan <i>food delivery</i> sangat mudah	4,24	8,02	4,12	33,06
3	Outlet Salad buah menyediakan tunai dan non tunai	4,36	8,25	4,12	34,00
4	Outlet salad buah memberikan promo sebagai penawaran menarik	4,12	7,80	3,96	30,88

No.	Indikator	Rata-rata Skor Tingkat Harapan (MIS)	Weighted Factor (WF)	Rata-rata Skor Tingkat Kenyataan (MMS)	Weighted Score (WS)
5	<i>Rating</i> mempengaruhi kualitas layanan <i>food delivery</i>	4,36	8,25	4,24	34,99
6	Bentuk dan tampilan salad buah pada aplikasi layanan <i>food delivery</i> sangat menarik dibandingkan <i>outlet</i> lainnya	3,84	7,27	3,72	27,03
7	Kualitas buah terjamin hingga ketangan konsumen	4,08	7,72	3,68	28,41
8	Salad buah dikemas sesuai dengan tampilan pada layanan <i>food delivery</i>	3,92	7,42	3,60	26,71
9	Harga salad buah di layanan <i>food delivery</i> sangat sesuai dengan kualitas dan rasa	3,96	7,49	3,72	27,88
10	Potongan harga (promo) berlaku untuk semua ukuran salad buah	3,96	7,49	3,72	27,88
11	Pengiriman salad buah melalui <i>food delivery</i> tidak terlalu lama	3,88	7,34	3,40	24,97

No.	Indikator	Rata-rata Skor Tingkat Harapan (MIS)	Weighted Factor (WF)	Rata-rata Skor Tingkat Kenyataan (MMS)	Weighted Score (WS)
12	Outlet salad buah sangat strategis dengan titik penerima	3,92	7,42	3,52	26,11
13	Estimasi waktu pengantaran salad buah sangat mempengaruhi kepuasan konsumen	4,04	7,65	3,68	28,14
Jumlah Total		52,84	100,00	99,6	382,48
CSI = (Weighted score total : 5) x 100 %					76,50

Sumber : Data Primer, setelah di Olah, 2024.

Tabel 38. Kepuasan Konsumen pada Kualitas Layanan Go Food

No	Kepuasan Konsumen	Persentase CSI (%)	Kategori
1	Kualitas Layanan	82,27	Sangat Puas
2	Kualitas Produk	73,76	Puas
3	Kecepatan Pengantaran	70,71	Puas
Persentase CSI (%)		76,50	
Kategori		Memuaskan	

Sumber: Data Primer yang diolah Googleform, Tahun 2024

Berdasarkan Tabel 38 dapat dilihat bahwa hasil pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan diketahui kepuasan konsumen pada kualitas layanan, kualitas produk dan kecepatan pengantaran Go Food dikategorikan memuaskan. Hal ini dibuktikan dengan nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) yang di peroleh berada diantara 66-80,99 yaitu sebesar 76,50 %. Adapun kepuasan konsumen pada layanan Go Food sebagai berikut :

1. Kepuasan Konsumen pada Kualitas Layanan Go Food.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap 25 responden untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen one salad terhadap jasa layanan gofood dengan metode CSI, diperoleh

hasil sebesar 82,27% yang berarti pada kisaran 81-100. Berdasarkan hasil CSI tersebut, maka konsumen Go Food merasa sangat puas terhadap kualitas layanan yang ada pada aplikasi Go Food.

2. Kepuasan Konsumen pada Kualitas Produk Go Food.

Tingkat kepuasan konsumen one salad terhadap atribut kualitas produk dengan menggunakan metode CSI, diperoleh hasil sebesar 73,76% yang berarti pada kisaran 66-80,99. Berdasarkan hasil CSI tersebut, maka konsumen gofood merasa puas terhadap kualitas produk aplikasi Go Food.

3. Kepuasan Konsumen pada Kecepatan Pengantaran Shopee Food.

Nilai Customer Satisfaction index (CSI) pada atribut Kecepatan pengantaran Produk nayo salad kepada konsumen diperoleh hasil sebesar 70,71% yang berarti bahwa konsumen merasa puas dengan Kecepatan pengantaran produk kepada konsumen karena lokasi penjualan One Salad dekat dengan titik penerima, ketepatan pengiriman produk, Estimasi waktu yang diberikan aplikasi sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan.

Sehingga dapat diketahui dari nilai total kepuasan konsumen One Salad yang menggunakan jasa layanan Go Food secara umum indeks kepuasan konsumen untuk atribut-atribut yang diuji adalah pada kriteria Puas, artinya konsumen memiliki kemauan untuk melakukan pembelian ulang Kembali, melakukan rekomendasi kepada pihak lain dan namun masih mempunyai pertimbangan yang besar untuk beralih ke penggunaan jasa layanan yang lain

5.5.1.2. Grab Food

Berdasarkan jumlah sampel penelitian untuk pengguna layanan Grab Food diketahui bahwasanya Konsumen one salad yang menggunakan jasa layanan Grabfood yaitu sebanyak 25 konsumen yang akan di analisis dengan Costumer Satisfaction Index (CSI) atau yang di kenal

dengan indeks kepuasan konsumen merupakan metode yang menggunakan indeks atau mengukur tingkat kepuasan konsumen berdasarkan Harapan konsumen terhadap jasa layanan dan Kinerja yang dirasakan konsumen yang dapat dilihat dari tabel tingkat kepuasan berikut :

Tabel 39. Hasil Kepuasan Berdasarkan Hasil Analisis CSI Grab Food One Salad

No.	Indikator	Rata-rata Skor Tingkat Harapan (MIS)	Weighted Factor (WF)	Rata-rata Skor Tingkat Kenyataan (MMS)	Weighted Score (WS)
1	Sangat puas melakukan pembelian salad buah pada layanan <i>food delivery</i>	4,32	7,76	4,28	33,23
2	Pemesanan salad buah pada layanan <i>food delivery</i> sangat mudah	4,36	7,84	4,28	33,54
3	Outlet Salad buah menyediakan tunai dan non tunai	4,56	8,20	4,44	36,39
4	Outlet salad buah memberikan promo sebagai penawaran menarik	4,16	7,48	4,12	30,80
5	Rating mempengaruhi kualitas layanan <i>food delivery</i>	4,28	7,69	4,24	32,62
6	Bentuk dan tampilan salad buah pada aplikasi layanan <i>food delivery</i>	4,00	7,19	4,08	29,33

No.	Indikator	Rata-rata Skor Tingkat Harapan (MIS)	Weighted Factor (WF)	Rata-rata Skor Tingkat Kenyataan (MMS)	Weighted Score (WS)
	sangat menarik dibandingkan <i>outlet</i> lainnya				
7	Kualitas buah terjamin hingga ketangan konsumen	4,24	7,62	4,04	30,79
8	Salad buah dikemas sesuai dengan tampilan pada layanan <i>food delivery</i>	4,32	7,76	4,16	32,30
9	Harga salad buah di layanan <i>food delivery</i> sangat sesuai dengan kualitas dan rasa	4,32	7,76	4,16	32,30
10	Potongan harga (promo) berlaku untuk semua ukuran salad buah	4,36	7,84	4,24	33,23
11	Pengiriman salad buah melalui <i>food delivery</i> tidak terlalu lama	4,04	7,26	4,00	29,04
12	<i>Outlet</i> salad buah sangat strategis dengan titik penerima	4,20	7,55	4,00	30,19
13	Estimasi waktu pengantaran salad buah sangat	4,48	8,05	4,36	35,11

No.	Indikator	Rata-rata Skor Tingkat Harapan (MIS)	Weighted Factor (WF)	Rata-rata Skor Tingkat Kenyataan (MMS)	Weighted Score (WS)
	mempengaruhi kepuasan konsumen				
	Jumlah Total	55,64	100,00	54,4	418,86
	CSI = (Weighted score total : 5) x 100 %				83,77

Sumber : Data Primer, setelah di Olah, 2024.

Tabel 40. Kepuasan Konsumen pada Kualitas Layanan Grab Food

No	Kepuasan Konsumen	Persentase CSI (%)	Kategori
1	Kualitas Layanan	85,50	Sangat Puas
2	Kualitas Produk	82,75	Sangat Puas
3	Kecepatan Pengantaran	82,54	Sangat Puas
	Persentase CSI (%)		83,77
	Kategori		Sangat Memuaskan

Sumber: Data Primer yang diolah Googleform, Tahun 2024

Berdasarkan Tabel 40 dapat dilihat bahwasanya hasil pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan diketahui Kepuasan konsumen pada Kualitas layanan, kualitas produk dan kecepatan pengantaran Grab food dikategorikan sangat memuaskan. Hal ini dibuktikan dengan nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) yang di peroleh berada diantara 81-100 yaitu sebesar 83,77 %. Adapun kepuasan konsumen pada layanan Grab Food sebagai berikut:

1. Kepuasan Konsumen pada Kualitas Layanan Grabfood.

Konsumen one salad yang menggunakan jasa layanan Grab Food Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap 25 responden untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen one salad terhadap jasa layanan Grabfood dengan metode CSI, diperoleh hasil sebesar 85,50% yang berarti nilai berada pada kisaran 81-100. Berdasarkan hasil CSI tersebut, maka konsumen Grabfood merasa sangat puas terhadap kualitas layanan yang ada pada aplikasi Grab Food.

2. Kepuasan Konsumen pada Kualitas Produk Grabfood.

Tingkat kepuasan konsumen one salad terhadap atribut kualitas produk dengan menggunakan metode CSI, diperoleh hasil sebesar 82,75% yang berarti pada kisaran 81-100. Berdasarkan hasil CSI tersebut, maka konsumen Go Food merasa sangat puas terhadap kualitas produk yang ada pada aplikasi Go Food.

3. Kepuasan Konsumen pada kecepatan pengantaran Grabfood.

Nilai Customer Satisfaction index (CSI) pada atribut Kecepatan pengantaran Produk one salad kepada konsumen diperoleh hasil sebesar 82,54% yang berarti bahwa konsumen merasa puas dengan Kecepatan pengantaran produk kepada konsumen karena lokasi penjualan One Salad dekat dengan titik penerima, ketepatan pengiriman produk, estimasi waktu yang diberikan aplikasi sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan.

Sehingga dapat diketahui dari nilai total kepuasan konsumen one salad yang menggunakan jasa layanan Grab Food secara umum indeks kepuasan konsumen untuk atribut-atribut yang diuji adalah pada kriteria Sangat Puas, artinya konsumen memiliki kemauan yang sangat kuat untuk melakukan pembelian ulang Kembali, melakukan rekomendasi kepada pihak lain dan tidak mempunyai pertimbangan yang besar untuk beralih ke penggunaan jasa layanan yang lain.

5.5.1.3. Shopee Food

Berdasarkan jumlah sampel penelitian untuk pengguna layanan Shopee Food diketahui bahwasanya Konsumen One Salad yang menggunakan jasa layanan Shopeefood yaitu sebanyak 25 konsumen yang akan di analisis *dengan Costumer Satisfaction Index* (CSI) atau yang di kenal dengan indeks kepuasan konsumen merupakan metode yang menggunakan indeks atau mengukur tingkat kepuasaan konnsumen berdasarkan Harapan konsumen terhadap jasa layanan dan kinerja yang dirasakan konsumen yang dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 41. Hasil Kepuasan Berdasarkan Hasil Analisis CSI Shopee Food One Salad

No.	Indikator	Rata-rata Skor Tingkat Harapan (MIS)	Weighted Factor (WF)	Rata-rata Skor Tingkat Kenyataan (MMS)	Weighted Score (WS)
1	Sangat puas melakukan pembelian salad buah pada layanan <i>food delivery</i>	4,68	8,21	4,00	32,84
2	Pemesanan salad buah pada layanan <i>food delivery</i> sangat mudah	4,68	8,21	4,12	33,83
3	<i>Outlet</i> Salad buah menyediakan tunai dan non tunai	4,68	8,21	4,08	33,50
4	<i>Outlet</i> salad buah memberikan promo sebagai penawaran menarik	4,72	8,28	4,20	34,78
5	<i>Rating</i> mempengaruhi kualitas layanan <i>food delivery</i>	4,56	8,00	4,16	33,28
6	Bentuk dan tampilan salad buah pada aplikasi layanan <i>food delivery</i> sangat menarik dibandingkan <i>outlet</i> lainnya	4,16	7,30	3,60	26,27
7	Kualitas buah terjamin hingga ketangan	4,24	7,44	3,56	26,48

No.	Indikator	Rata-rata Skor Tingkat Harapan (MIS)	Weighted Factor (WF)	Rata-rata Skor Tingkat Kenyataan (MMS)	Weighted Score (WS)
	konsumen				
8	Salad buah dikemas sesuai dengan tampilan pada layanan <i>food delivery</i>	4,40	7,72	3,72	28,72
9	Harga salad buah di layanan <i>food delivery</i> sangat sesuai dengan kualitas dan rasa	4,36	7,65	3,80	29,07
10	Potongan harga (promo) berlaku untuk semua ukuran salad buah	4,32	7,58	3,64	27,59
11	Pengiriman salad buah melalui <i>food delivery</i> tidak terlalu lama	4,16	7,30	3,56	25,98
12	<i>Outlet</i> salad buah sangat strategis dengan titik penerima	4,04	7,09	3,36	23,81
13	Estimasi waktu pengantaran salad buah sangat mempengaruhi kepuasan konsumen	4,00	7,02	3,36	23,58
Jumlah Total		57	100,00	49,16	379,73
CSI = (Weighted score total : 5) x 100 %					75,95

Sumber : Data Primer, setelah di Olah, 2024.

Tabel 42. Kepuasan Konsumen pada Kualitas Layanan Shopee Food

No	Kepuasan Konsumen	Persentase CSI (%)	Kategori
1	Kualitas Layanan	82,24	Sangat Puas
2	Kualitas Produk	73,31	Puas
3	Kecepatan Pengantaran	68,56	Puas
Persentase CSI (%)			75,95
Kategori			Memuaskan

Sumber: Data Primer yang diolah *Googleform*, Tahun 2024

Berdasarkan tabel 42 dapat dilihat bahwasanya hasil pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan diketahui kepuasan konsumen pada Kualitas layanan, kualitas produk dan kecepatan pengantaran Shopee Food dikategorikan memuaskan. Hal ini dibuktikan dengan *nilai Customer Satisfaction Index (CSI)* yang di peroleh berada diantara 66-80,99 yaitu sebesar 75,95 %. Adapun kepuasan konsumen pada layanan Shopee Food sebagai berikut :

1. Kepuasan Konsumen pada Kualitas Layanan Shopee Food.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap 25 responden untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen One Salad terhadap jasa layanan gofood dengan metode CSI, diperoleh hasil sebesar 82,24% yang berarti pada kisaran 81-100. Berdasarkan hasil CSI tersebut, maka konsumen gofood merasa sangat puas terhadap kualitas layanan yang ada pada aplikasi Go Food.

2. Kepuasan Konsumen pada Kualitas Produk Shopee Food.

Tingkat kepuasan konsumen One Salad terhadap atribut kualitas produk dengan menggunakan metode CSI, diperoleh hasil sebesar 73,31% yang berarti pada kisaran 66-80,99. Berdasarkan hasil CSI tersebut, maka konsumen Shopee Food merasa puas terhadap kualitas produk yang ada pada aplikasi shopee Food.

3. Kepuasan Konsumen pada Kecepatan Pengantaran Shopee Food.

Nilai Customer Satisfaction index (CSI) pada atribut Kecepatan pengantaran Produk nayo salad kepada konsumen diperoleh hasil sebesar 68,56% yang berarti bahwa konsumen merasa puas dengan Kecepatan pengantaran produk kepada konsumen karena lokasi penjualan one salad dekat dengan titik penerima, ketepatan pengiriman produk, Estimasi waktu yang diberikan aplikasi sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan.

Sehingga dapat diketahui dari nilai total kepuasan konsumen one salad yang menggunakan jasa layanan Shopee Food secara umum indeks kepuasan konsumen untuk atribut-atribut yang diuji adalah pada kriteria Puas, artinya konsumen memiliki kemauan untuk melakukan pembelian ulang Kembali, melakukan rekomendasi kepada pihak lain dan namun masih mempunyai pertimbangan yang besar untuk beralih ke penggunaan jasa layanan yang lain.

5.5.1.4. Rekapitulasi Kepuasan Konsumen One Salad

Adapun hasil penelitian dengan kualitas layanan, kualitas produk dan kecepatan pengantaran pada Go Food, Grab Food dan Shopee Food di One Salad sebagai berikut:

Tabel 43. Rekapitulasi Kepuasan Konsumen One Salad

No	<i>E-commerce</i>	CSI (%)	Kategori
1	Go Food	76,50	Puas
2	Grab Food	83,77	Sangat Puas
3	Shopee Food	75,95	Puas

Berdasarkan Tabel 43 menunjukkan bahwa rekapitulasi seluruh *e-commerce* pada kualitas layanan, kualitas produk dan kecepatan pengantaran. Pada Go Food berada pada kategori puas dengan persentase 76,50 %, hal ini menunjukkan bahwa konsumen merasa puas dalam kualitas layanan, kualitas produk dan kecepatan pengantaran. Mengenai hipotesis 2(a) mengatakan “tingkat kepuasan konsumen dalam pembelian salad buah pada UMKM one salad melalui e-commerce go food berada pada kategori sangat puas” maka **hipotesis 2(a) ditolak**. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Seroja Zr. dkk (2023) yang memberikan hasil

bahwa konsumen UMKM Nayo Salad puas dengan layanan Go Food dalam melakukan pembelian salad buah nayo terutama dalam hal *rating*, bentuk tampilan, rasa, dan ketepatan pengiriman produk dengan persentase CSI sebesar 72,24%. Artinya, konsumen memiliki kemauan untuk melakukan pembelian ulang Kembali, melakukan rekomendasi kepada pihak lain dan namun masih mempunyai pertimbangan yang besar untuk beralih ke penggunaan jasa layanan yang lain.

Pada Grab Food berada pada kategori sangat puas dengan persentase 83,77%, hal ini menunjukkan bahwa konsumen merasa sangat puas dalam kualitas layanan, kualitas produk dan kecepatan pengantaran. Mengenai hipotesis 2(b) mengatakan “tingkat kepuasan konsumen dalam pembelian salad buah pada UMKM one salad melalui e-commerce grab food berada pada kategori sangat puas” maka **hipotesis 2(b) diterima**. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Seroja Zr. dkk (2023) yang memberikan hasil bahwa konsumen UMKM Nayo Salad sangat puas dengan layanan Grab Food dalam melakukan pembelian salad buah nayo yang dibuktikan dengan persentase CSI sebesar 84,04% terutama dalam hal *rating*, ketepatan pengiriman oleh kurir, dan pilihan penyaluran produk yang diantar langsung oleh kurir. Artinya, konsumen memiliki kemauan yang sangat kuat untuk melakukan pembelian ulang Kembali, melakukan rekomendasi kepada pihak lain dan tidak mempunyai pertimbangan yang besar untuk beralih ke penggunaan jasa layanan yang lain.

Pada Shopee Food berada pada kategori puas dengan persentase 75,95%, hal ini menunjukkan bahwa konsumen merasa puas dalam kualitas layanan, kualitas produk dan kecepatan pengantaran. Mengenai hipotesis 2(c) mengatakan “tingkat kepuasan konsumen dalam pembelian salad buah pada UMKM one salad melalui e-commerce go food berada pada kategori sangat puas” maka **hipotesis 2(c) di tolak**. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh

Seroja Zr. dkk (2023) yang memberikan hasil bahwa konsumen Nayo Salad puas menggunakan jasa layanan Shopee Food saat melakukan pembelian salad buah Nayo, terutama dalam hal fitur aplikasi yang mudah diooperasikan, adanya penawaran menarik berupa diskon, gratis ongkir, serta metode pembayaran dan non tunai Hal ini dibuktikan dengan persentase CSI yang diperoleh sebesar 76,32%, artinya konsumen memiliki kemauan untuk melakukan pembelian ulang Kembali, melakukan rekomendasi kepada pihak lain dan namun masih mempunyai pertimbangan yang besar untuk beralih ke penggunaan jasa layanan yang lain.

5.5.2. Medina Salad Buah

5.5.2.1. Go Food

Berdasarkan jumlah sampel penelitian untuk pengguna layanan Go Food diketahui bahwasanya Konsumen medina salad buah yang menggunakan jasa layanan Go Food yaitu sebanyak 25 konsumen yang akan di analisis dengan *Customer Satisfaction Index* (CSI) atau yang di kenal dengan indeks kepuasan konsumen merupakan metode yang menggunakan indeks atau mengukur tingkat kepuasan konnsumen berdasarkan harapan konsumen terhadap jasa layanan dan Kinerja yang dirasakan konsumen yang dapat dilihat dari tabel tingkat kepuasan berikut :

Tabel 44. Hasil Kepuasan Berdasarkan Hasil Analisis CSI Go Food Medina Salad

No.	Indikator	Rata-rata Skor Tingkat Harapan (MIS)	Weighted Factor (WF)	Rata-rata Skor Tingkat Kenyataan (MMS)	Weighted Score (WS)
1	Sangat puas melakukan pembelian salad buah pada layanan <i>food delivery</i>	4,44	7,73	4,00	30,92
2	Pemesanan salad buah pada layanan	4,44	7,73	4,08	31,54

No.	Indikator	Rata-rata Skor Tingkat Harapan (MIS)	Weighted Factor (WF)	Rata-rata Skor Tingkat Kenyataan (MMS)	Weighted Score (WS)
	<i>food delivery</i> sangat mudah				
3	Outlet Salad buah menyediakan tunai dan non tunai	4,52	7,87	4,28	33,68
4	Outlet salad buah memberikan promo sebagai penawaran menarik	4,60	8,01	4,12	32,99
5	Rating mempengaruhi kualitas layanan <i>food delivery</i>	4,60	8,01	4,32	34,60
6	Bentuk dan tampilan salad buah pada aplikasi layanan <i>food delivery</i> sangat menarik dibandingkan outlet lainnya	4,20	7,31	3,88	28,37
7	Kualitas buah terjamin hingga ketangan konsumen	4,32	7,52	3,88	29,18
8	Salad buah dikemas sesuai dengan tampilan pada layanan <i>food delivery</i>	4,28	7,45	4,00	29,81

No.	Indikator	Rata-rata Skor Tingkat Harapan (MIS)	Weighted Factor (WF)	Rata-rata Skor Tingkat Kenyataan (MMS)	Weighted Score (WS)
9	Harga salad buah di layanan <i>food delivery</i> sangat sesuai dengan kualitas dan rasa	4,44	7,73	4,20	32,47
10	Potongan harga (promo) berlaku untuk semua ukuran salad buah	4,44	7,73	4,16	32,16
11	Pengiriman salad buah melalui <i>food delivery</i> tidak terlalu lama	4,20	7,31	3,64	26,62
12	<i>Outlet</i> salad buah sangat strategis dengan titik penerima	4,40	7,66	3,72	28,50
13	Estimasi waktu pengantaran salad buah sangat mempengaruhi kepuasan konsumen	4,56	7,94	4,28	33,98
Jumlah Total		57,44	100,00	52,56	404,79
CSI = (Weighted score total : 5) x 100 %					80,96

Sumber : Data Primer, setelah di Olah, 2024.

Tabel 45. Kepuasan Konsumen pada Kualitas Layanan Go Food

No	Kepuasan Konsumen	Persentase CSI (%)	Kategori
1	Kualitas Layanan	83,23	Sangat Puas
2	Kualitas Produk	80,53	Puas
3	Kecepatan Pengantaran	77,77	Puas

Persentase CSI (%)	80,96
Kategori	Memuaskan

Sumber: Data Primer yang diolah *Googleform*, Tahun 2024

Berdasarkan Tabel 45 dapat dilihat bahwasanya hasil pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan diketahui Kepuasan konsumen pada Kualitas layanan, kualitas produk dan kecepatan pengantaran Go Food dikategorikan memuaskan. Hal ini dibuktikan dengan nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) yang di peroleh berada diantara 66-80,99 yaitu sebesar 80,96 %. Adapun kepuasan konsumen pada layanan Go Food sebagai berikut:

1. Kepuasan Konsumen pada Kualitas Layanan Gofood.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap 25 responden untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen medina salad buah terhadap jasa layanan gofood dengan metode CSI, diperoleh hasil sebesar 83,23% yang berarti pada kisaran 81-100. Berdasarkan hasil CSI tersebut, maka konsumen Go Food merasa sangat puas terhadap kualitas layanan yang ada pada aplikasi Gofood.

2. Kepuasan Konsumen pada Kualitas Produk Gofood.

Tingkat kepuasan konsumen medina salad buah terhadap atribut kualitas produk dengan menggunakan metode CSI, diperoleh hasil sebesar 80,53% yang berarti pada kisaran 66-80,99. Berdasarkan hasil CSI tersebut, maka konsumen Go Food merasa puas terhadap kualitas produk yang ada pada aplikasi Go Food.

3. Kepuasan Konsumen pada Kecepatan Pengantaran Gofood.

Nilai *Customer Statisfaction index* (CSI) pada atribut Kecepatan pengantaran Produk medina salad buah kepada konsumen diperoleh hasil sebesar 77,77% yang berarti bahwa konsumen merasa puas dengan kecepatan pengantaran produk kepada konsumen karena

lokasi penjualan medina salad buah dekat dengan titik penerima, ketepatan pengiriman produk, Estimasi waktu yang diberikan aplikasi sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan.

Sehingga dapat diketahui dari nilai total kepuasan konsumen nayo salad yang menggunakan jasa layanan Go Food secara umum indeks kepuasan konsumen untuk atribut-atribut yang diuji adalah pada kriteria Puas, artinya konsumen memiliki kemauan untuk melakukan pembelian ulang Kembali, melakukan rekomendasi kepada pihak lain dan namun masih mempunyai pertimbangan yang besar untuk beralih ke penggunaan jasa layanan yang lain

5.5.2.2. Grab Food

Berdasarkan jumlah sampel penelitian untuk pengguna layanan Grabfood diketahui bahwasanya Konsumen medina salad buah yang menggunakan jasa layanan Grabfood yaitu sebanyak 25 konsumen yang akan di analisis dengan Costumer Satisfaction Index (CSI) atau yang di kenal dengan indeks kepuasan konsumen merupakan metode yang menggunakan indeks atau mengukur tingkat kepuasaan konnsumen berdasarkan Harapan konsumen terhadap jasa layanan dan Kinerja yang dirasakan konsumen yang dapat dilihat dari tabel tingkat kepuasan berikut :

Tabel 46. Hasil Kepuasan Berdasarkan Hasil Analisis CSI Grab Food Medina Salad Buah

No.	Indikator	Rata-rata Skor Tingkat Harapan (MIS)	Weighted Factor (WF)	Rata-rata Skor Tingkat Kenyataan (MMS)	Weighted Score (WS)
1	Sangat puas melakukan pembelian salad buah pada layanan <i>food delivery</i>	4,52	7,93	4,20	33,31
2	Pemesanan salad buah pada layanan	4,48	7,86	4,24	33,32

No.	Indikator	Rata-rata Skor Tingkat Harapan (MIS)	Weighted Factor (WF)	Rata-rata Skor Tingkat Kenyataan (MMS)	Weighted Score (WS)
	<i>food delivery</i> sangat mudah				
3	Outlet Salad buah menyediakan tunai dan non tunai	4,56	8,00	4,20	33,60
4	Outlet salad buah memberikan promo sebagai penawaran menarik	4,32	7,58	4,24	32,13
5	Rating mempengaruhi kualitas layanan <i>food delivery</i>	4,52	7,93	4,28	33,94
6	Bentuk dan tampilan salad buah pada aplikasi layanan <i>food delivery</i> sangat menarik dibandingkan outlet lainnya	4,28	7,51	4,08	30,64
7	Kualitas buah terjamin hingga ketangan konsumen	4,40	7,72	3,96	30,57
8	Salad buah dikemas sesuai dengan tampilan pada layanan <i>food delivery</i>	4,48	7,86	4,12	32,38

No.	Indikator	Rata-rata Skor Tingkat Harapan (MIS)	Weighted Factor (WF)	Rata-rata Skor Tingkat Kenyataan (MMS)	Weighted Score (WS)
9	Harga salad buah di layanan <i>food delivery</i> sangat sesuai dengan kualitas dan rasa	4,32	7,58	4,08	30,92
10	Potongan harga (promo) berlaku untuk semua ukuran salad buah	4,40	7,72	4,36	33,66
11	Pengiriman salad buah melalui <i>food delivery</i> tidak terlalu lama	4,16	7,30	3,96	28,90
12	<i>Outlet</i> salad buah sangat strategis dengan titik penerima	4,32	7,58	4,12	31,23
13	Estimasi waktu pengantaran salad buah sangat mempengaruhi kepuasan konsumen	4,24	7,44	4,20	31,24
Jumlah Total		57	100,00	54,04	415,84
CSI = (Weighted score total : 5) x 100 %					83,17

Sumber : Data Primer, setelah di Olah, 2024.

Tabel 47. Kepuasan Konsumen pada Kualitas Layanan Grab Food

No	Kepuasan Konsumen	Persentase CSI (%)	Kategori
1	Kualitas Layanan	84,64	Puas
2	Kualitas Produk	82,41	Puas
3	Kecepatan Pengantaran	81,89	Puas
Persentase (%)			83,17

Kategori	Sangat Memuaskan
----------	------------------

Sumber: Data Primer yang diolah *Googleform*, Tahun 2024

Berdasarkan Tabel 47 dapat dilihat bahwasanya hasil pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan diketahui Kepuasan konsumen pada Kualitas layanan, kualitas produk dan kecepatan pengantaran Grab food dikategorikan memuaskan. Hal ini dibuktikan dengan nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) yang di peroleh berada diantara 81-100 yaitu sebesar 83,17 %. Adapun kepuasan konsumen pada layanan Grab Food sebagai berikut :

1. Kepuasan Konsumen pada Kualitas Layanan Grabfood.

Konsumen Medina Salad Buah yang menggunakan jasa layanan Grab Food Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap 25 responden untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen Medina Salad Buah terhadap jasa layanan Grab Food dengan metode CSI, diperoleh hasil sebesar 84,64% yang berarti nilai berada pada kisaran 81-100. Berdasarkan hasil CSI tersebut, maka konsumen Grab Food merasa sangat puas terhadap kualitas layanan yang ada pada aplikasi Grab Food.

2. Kepuasan Konsumen pada kualitas produk Grab Food.

Tingkat kepuasan konsumen one salad terhadap atribut kualitas produk dengan menggunakan metode CSI, diperoleh hasil sebesar 82,41% yang berarti pada kisaran 81-100. Berdasarkan hasil CSI tersebut, maka konsumen gofood merasa sangat puas terhadap kualitas produk yang ada pada aplikasi Grab Food.

3. Kepuasan Konsumen pada kecepatan pengantaran Grab Food.

Nilai Customer Statisfaction index (CSI) pada atribut Kecepatan pengantaran Produk Medina Salad salad kepada konsumen diperoleh hasil sebesar 81,89% yang berarti bahwa konsumen merasa puas dengan Kecepatan pengantaran produk kepada konsumen karena

lokasi penjualan medina salad buah dekat dengan titik penerima, ketepatan pengiriman produk, Estimasi waktu yang diberikan aplikasi sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan.

Sehingga dapat diketahui dari nilai total kepuasan konsumen Medina Salad Buah yang menggunakan jasa layanan Grab Food secara umum indeks kepuasan konsumen untuk atribut-atribut yang diuji adalah pada kriteria Sangat Puas, artinya konsumen memiliki kemauan yang sangat kuat untuk melakukan pembelian ulang Kembali, melakukan rekomendasi kepada pihak lain dan tidak mempunyai pertimbangan yang besar untuk beralih ke penggunaan jasa layanan yang lain.

5.5.2.3. Shopee Food

Berdasarkan jumlah sampel penelitian untuk pengguna layanan Shopee Food diketahui bahwa konsumen Medina Salad Buah yang menggunakan jasa layanan Shopee Food yaitu sebanyak 25 konsumen yang akan di analisis dengan *Costumer Satisfaction Index* (CSI) atau yang di kenal dengan indeks kepuasan konsumen merupakan metode yang menggunakan indeks atau mengukur tingkat kepuasan konnsumen berdasarkan harapan konsumen terhadap jasa layanan dan Kinerja yang dirasakan konsumen yang dapat dilihat dari tabel tingkat kepuasan berikut :

Tabel 48. Hasil Kepuasan Berdasarkan Hasil Analisis CSI Shopee Food Medina Salad

No.	Indikator	Rata-rata Skor Tingkat Harapan (MIS)	Weighted Factor (WF)	Rata-rata Skor Tingkat Kenyataan (MMS)	Weighted Score (WS)
1	Sangat puas melakukan pembelian salad buah pada layanan <i>food delivery</i>	4,88	8,09	4,08	33,01

No.	Indikator	Rata-rata Skor Tingkat Harapan (MIS)	Weighted Factor (WF)	Rata-rata Skor Tingkat Kenyataan (MMS)	Weighted Score (WS)
2	Pemesanan salad buah pada layanan <i>food delivery</i> sangat mudah	4,84	8,02	3,96	31,77
3	<i>Outlet</i> Salad buah menyediakan tunai dan non tunai	4,76	7,89	4,12	32,51
4	<i>Outlet</i> salad buah memberikan promo sebagai penawaran menarik	4,76	7,89	4,20	33,14
5	<i>Rating</i> mempengaruhi kualitas layanan <i>food delivery</i>	4,68	7,76	4,20	32,59
6	Bentuk dan tampilan salad buah pada aplikasi layanan <i>food delivery</i> sangat menarik dibandingkan <i>outlet</i> lainnya	4,56	7,56	4,04	30,54
7	Kualitas buah terjamin hingga ketangan konsumen	4,64	7,69	4,00	30,77
8	Salad buah dikemas sesuai dengan tampilan pada layanan <i>food delivery</i>	4,56	7,56	4,00	30,24

No.	Indikator	Rata-rata Skor Tingkat Harapan (MIS)	Weighted Factor (WF)	Rata-rata Skor Tingkat Kenyataan (MMS)	Weighted Score (WS)
9	Harga salad buah di layanan <i>food delivery</i> sangat sesuai dengan kualitas dan rasa	4,64	7,69	4,04	31,08
10	Potongan harga (promo) berlaku untuk semua ukuran salad buah	4,56	7,56	4,12	31,15
11	Pengiriman salad buah melalui <i>food delivery</i> tidak terlalu lama	4,40	7,29	3,64	26,55
12	<i>Outlet</i> salad buah sangat strategis dengan titik penerima	4,52	7,49	3,44	25,78
13	Estimasi waktu pengantaran salad buah sangat mempengaruhi kepuasan konsumen	4,52	7,49	3,84	28,77
Jumlah Total		60,32	100,00	51,68	397,90
CSI = (Weighted score total : 5) x 100 %					79,58

Sumber : Data Primer, setelah di Olah, 2024.

Tabel 49. Kepuasan Konsumen pada Kualitas Layanan Shopee Food

No	Kepuasan Konsumen	Persentase CSI (%)	Kategori
1	Kualitas Layanan	82,22	Sangat Puas
2	Kualitas Produk	80,80	Puas
3	Kecepatan Pengantaran	72,80	Puas
Persentase CSI (%)		79,58	
Kategori		Memuaskan	

Sumber: Data Primer yang diolah *Googleform*, Tahun 2024

Berdasarkan Tabel 49 dapat dilihat bahwasanya hasil pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan diketahui Kepuasan konsumen pada Kualitas layanan, kualitas produk dan kecepatan pengantaran Shopee Food dikategorikan memuaskan. Hal ini dibuktikan dengan nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) yang di peroleh berada diantara 66-80,99 yaitu sebesar 79,58 %. Adapun kepuasan konsumen pada layanan Shopee Food sebagai berikut:

1. Kepuasan Konsumen pada Kualitas Layanan Shopee Food.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap 25 responden untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen medina salad buah terhadap jasa layanan Shopee Food dengan metode CSI, diperoleh hasil sebesar 82,22% yang berarti pada kisaran 81-100. Berdasarkan hasil CSI tersebut, maka konsumen Shopee Food merasa puas kualitas layanan yang ada pada aplikasi Shopee Food.

2. Kepuasan Konsumen pada Kualitas Produk Shopee Food.

Tingkat kepuasan konsumen Medina Salad Buah terhadap atribut kualitas produk dengan menggunakan metode CSI, diperoleh hasil sebesar 80,80% yang berarti pada kisaran 66-80,99. Berdasarkan hasil CSI tersebut, maka konsumen Shopee Food merasa puas terhadap kualitas produk yang ada pada aplikasi shopee Food.

3. Kepuasan Konsumen pada Kecepatan Pengantaran Shopee Food.

Nilai Customer Statisfaction index (CSI) pada atribut Kecepatan pengantaran Produk medina salad buah kepada konsumen diperoleh hasil sebesar 72,80% yang berarti bahwa konsumen merasa puas dengan Kecepatan pengantaran produk kepada konsumen karena lokasi penjualan Medina Salad Buah dekat dengan titik penerima, ketepatan pengiriman produk, Estimasi waktu yang diberikan aplikasi sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan.

Sehingga dapat diketahui dari nilai total kepuasan konsumen Medina Salad buah yang menggunakan jasa layanan Shopee Food secara umum indeks kepuasan konsumen untuk atribut-atribut yang diuji adalah pada kriteria Puas, artinya konsumen memiliki kemauan untuk melakukan pembelian ulang kembali, melakukan rekomendasi kepada pihak lain dan namun masih mempunyai pertimbangan yang besar untuk beralih ke penggunaan jasa layanan yang lain

5.5.2.4. Rekapitulasi Kepuasan Konsumen Medina Salad Buah

Adapun hasil penelitian dengan kualitas layanan, kualitas produk dan kecepatan pengantaran pada Go Food, Grab Food dan Shopee Food di Medina Salad Buah sebagai berikut:

Tabel 50. Rekapitulasi Kepuasan Konsumen Medina Salad Buah

No	<i>E-commerce</i>	CSI (%)	Kategori
1	Go Food	80,96	Puas
2	Grab Food	83,17	Sangat Puas
3	Shopee Food	79,58	Puas

Berdasarkan Tabel 50 menunjukkan bahwa rekapitulasi seluruh *e-commerce* pada kualitas layanan, kualitas produk dan kecepatan pengantaran. Pada Go Food berada pada kategori puas dengan persentase 80,96 %, hal ini menunjukkan bahwa konsumen merasa puas dalam kualitas layanan, kualitas produk dan kecepatan pengantaran. Mengenai hipotesis 2(d) mengatakan “tingkat kepuasan konsumen dalam pembelian salad buah pada UMKM Medina Salad Buah melalui *e-commerce* Go Food berada pada kategori sangat puas” maka **hipotesis 2(d) ditolak**. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Seroja Zr. dkk (2023) yang memberikan hasil bahwa konsumen UMKM Nayo Salad puas dengan layanan Go Food daam melakukan pembelian salad buah nayo terutama dalam hal *rating*, bentuk tampilan, rasa, dan ketepatan pengiriman produk dengan persentase CSI sebesar 72,24%. Artinya, konsumen memiliki kemauan untuk melakukan pembelian ulang Kembali, melakukan rekomendasi kepada pihak lain dan namun masih mempunyai pertimbangan yang besar untuk beralih ke penggunaan jasa layanan yang lain.

Pada Grab Food berada pada kategori sangat puas dengan persentase 83,17%, hal ini menunjukkan bahwa konsumen merasa sangat puas dalam kualitas layanan, kualitas produk dan kecepatan pengantaran. Mengenai hipotesis 2(e) mengatakan “tingkat kepuasan konsumen dalam pembelian salad buah pada UMKM medina salad buah melalui *e-commerce* Grab Food berada pada kategori sangat puas” maka **hipotesis 2(e) diterima**. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Seroja. dkk (2023) yang memberikan hasil bahwa konsumen UMKM Nayo Salad sangat puas dengan layanan Grab Food dalam melakukan pembelian salad buah nayo yang dibuktikan dengan persentase CSI sebesar 84,04% terutama dalam hal *rating*, ketepatan pengiriman oleh kurir, dan pilihan penyaluran produk yang diantar langsung oleh kurir. Artinya, konsumen memiliki kemauan yang sangat kuat untuk melakukan pembelian ulang Kembali, melakukan rekomendasi kepada pihak lain dan tidak mempunyai pertimbangan yang besar untuk beralih ke penggunaan jasa layanan yang lain.

Pada Shopee Food berada pada kategori puas dengan persentase 79,58 %, hal ini menunjukkan bahwa konsumen merasa puas dalam kualitas layanan, kualitas produk dan kecepatan pengantaran. Mengenai hipotesis 2(f) mengatakan “tingkat kepuasan konsumen dalam pembelian salad buah pada UMKM medina salad buah melalui *e-commerce* Shopee Food berada pada kategori sangat puas” maka **hipotesis 2(f) ditolak**. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Seroja Zr. dkk (2023) yang memberikan hasil bahwa konsumen Nayo Salad puas menggunakan jasa layanan Shopee Food saat melakukan pembelian salad buah Nayo, terutama dalam hal fitur aplikasi yang mudah diooperasikan, adanya penawaran menarik berupa diskon, gratis ongkir, serta metode pembayaran dan non tunai Hal ini dibuktikan dengan persentase CSI yang diperoleh sebesar 76,32%, artinya konsumen memiliki kemauan untuk melakukan

pembelian ulang Kembali, melakukan rekomendasi kepada pihak lain dan namun masih mempunyai pertimbangan yang besar untuk beralih ke penggunaan jasa layanan yang lain.

Adapun hasil rekapitulasi One Salad dan Medina Salad Buah yaitu *pada e-commerce* Go Food, Grab Food dan Shopee Food memiliki persamaan. *E-commerce* Go Food dan Shopee Food berada pada kategori puas artinya konsumen merasa puas terhadap kualitas layanan, kualitas produk maupun kecepatan pengantaran pada go food dan shopee food. Sedangkan One Salad dan Medina Salad Buah pada *e-commerce* Grab Food berada pada kategori sangat puas artinya konsumen merasa sangat puas terhadap kualitas layanan, kualitas produk dan kecepatan pengantaran pada Grab Food.

