

ANALISIS KUALITAS LAYANAN ONLINE FOOD DELIVERY DI WILAYAH TASIKMALAYA MENGGUNAKAN METODE E-SERVQUAL

Muhammad Yahya Yasin¹

¹²³⁴⁵⁶*Bisnis Digital, Universitas Pendidikan Indonesia*

¹*Email address*

Risa Ardila Salamah²

²*risa.ardila@upi.edu*

Muhammad Akil Hakim³

³*akilhakim1012@upi.edu*

Muhammad Nabil Assalam⁴

⁴*nabilassalam4@upi.edu*

Marsya Mutia⁵

⁵*marsya.mtia@upi.edu*

Adi Prehanto⁶

⁶*adihann@upi.edu*

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi di Indonesia telah mengubah banyak aspek kehidupan, termasuk bisnis layanan pesan-antar makanan berbasis aplikasi. Layanan ini terus berkembang pesat, termasuk di wilayah Tasikmalaya, seiring dengan meningkatnya penetrasi internet dan adopsi teknologi digital. Namun, tantangan terkait kualitas layanan, seperti keterlambatan pengiriman dan ketidaktersediaan menu, masih sering dihadapi oleh konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas layanan online food delivery di Tasikmalaya menggunakan metode E-ServQual, yang melibatkan tujuh dimensi, yaitu efisiensi, keandalan, pemenuhan, privasi, responsivitas, kompensasi, dan kontak. Berdasarkan analisis tersebut, penelitian ini mengeksplorasi bagaimana setiap dimensi memengaruhi tingkat kepuasan konsumen serta mengidentifikasi kendala dan solusi potensial untuk meningkatkan layanan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi online food delivery dalam meningkatkan kualitas layanan guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen di masa depan.

Kata Kunci: *online food delivery, E-ServQual, kualitas layanan, kepuasan konsumen, Tasikmalaya.*

a.

b. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi di Indonesia telah memberikan dampak signifikan pada berbagai aspek kehidupan, termasuk sektor bisnis dan layanan publik. Internet, sebagai salah satu hasil perkembangan teknologi tersebut, tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi medium untuk berbagai transaksi ekonomi yang dikenal sebagai e-commerce. Salah satu segmen e-commerce yang tumbuh pesat di Indonesia adalah layanan pesan-antar makanan berbasis aplikasi. Pertumbuhan ini didorong oleh perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin mengandalkan kemudahan digital dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Online food delivery, sebagai salah satu layanan unggulan dalam era digital, menawarkan kemudahan bagi konsumen untuk memesan makanan dari berbagai restoran dan warung makan lokal. Penggunaan layanan ini terus meningkat seiring dengan semakin luasnya penetrasi internet dan tingginya adopsi teknologi di kalangan masyarakat. Berdasarkan data dari APJII (2019), penetrasi pengguna internet di Indonesia telah mencapai 64,8% dari total populasi, menunjukkan bahwa semakin banyak orang mengakses layanan online untuk berbagai keperluan, termasuk layanan pesan-antar makanan (APJII, 2019). Layanan online food delivery mempermudah konsumen untuk mendapatkan berbagai pilihan makanan dengan cepat, namun beberapa tantangan terkait kualitas layanan, seperti keterlambatan pengiriman, ketidaktersediaan menu, dan respons layanan pelanggan yang kurang memadai, masih sering ditemukan. Masalah-masalah ini dapat memengaruhi tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan.

Kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam menentukan tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen, terutama dalam layanan digital. Parasuraman (2005) mengembangkan metode E-ServQual sebagai alat untuk mengukur kualitas layanan elektronik berdasarkan tujuh dimensi, yaitu efisiensi, keandalan, pemenuhan, privasi, responsivitas, kompensasi, dan kontak (Parasuraman, Zeithaml, & Malhotra, 2005). Metode ini sering digunakan untuk mengevaluasi kualitas layanan di platform digital dan e-commerce, termasuk layanan pesan-antar makanan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas layanan yang baik, terutama pada dimensi efisiensi, keandalan, dan responsivitas, secara signifikan memengaruhi kepuasan pelanggan dalam penggunaan layanan e-commerce (Komharudin, 2021). Oleh karena itu, metode E-ServQual sangat relevan untuk menganalisis layanan online food delivery, di mana berbagai aspek layanan elektronik, seperti kemudahan penggunaan aplikasi, kecepatan pengiriman, dan keamanan data pelanggan, menjadi perhatian utama konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas layanan online food delivery di wilayah Tasikmalaya dengan menggunakan metode E-ServQual. Dalam penelitian ini, akan diidentifikasi bagaimana setiap dimensi E-ServQual berkontribusi terhadap tingkat kepuasan konsumen online food delivery. Selain itu, penelitian ini juga akan mengungkap kendala yang mempengaruhi kualitas layanan serta solusi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kualitas dan kepuasan konsumen. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai kualitas layanan pesan-antar makanan di era digital dan membantu pihak online food delivery dalam menyusun strategi peningkatan layanan di masa depan.

KAJIAN PUSTAKA

Perkembangan layanan pesan-antar digital di Indonesia, termasuk online food delivery, telah mengubah cara masyarakat memperoleh makanan secara praktis dan cepat, terutama di era pasca-pandemi. Kualitas layanan pada aplikasi seperti online food delivery memegang peranan penting dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Untuk mengukur dan menganalisis kualitas layanan digital, metode Electronic Service Quality atau e-SERVQUAL adalah pendekatan yang telah teruji, yang fokus pada tujuh dimensi utama: efficiency (efisiensi), fulfillment (pemenuhan janji layanan), system availability (ketersediaan sistem), privacy (privasi), responsiveness (daya tanggap), compensation (kompensasi), dan contact (kemudahan kontak) (Parasuraman, 2005).

A. Konsep Kualitas Layanan Elektronik (E-SERVQUAL)

E-SERVQUAL dikembangkan sebagai metode untuk mengevaluasi kualitas layanan digital atau daring yang berfokus pada kebutuhan pelanggan akan layanan cepat, andal, dan mudah diakses. Metode ini merupakan adaptasi dari SERVQUAL, yang awalnya dikembangkan untuk layanan tatap muka, dan disesuaikan dengan layanan berbasis elektronik yang mengutamakan aksesibilitas dan kemudahan pengguna. Penelitian Parasuraman, Zeithaml, dan Malhotra memperkenalkan e-SERVQUAL untuk mengevaluasi kualitas layanan elektronik dengan memeriksa gap atau kesenjangan antara harapan pelanggan (expected service) dan pengalaman aktual yang mereka rasakan (perceived service). Dimensi ini memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi dan memperbaiki kekurangan layanan pada area-area kritis yang penting bagi kepuasan pelanggan.

B. Dimensi-Dimensi e-SERVQUAL

Metode e-SERVQUAL meliputi tujuh dimensi penting yang berperan dalam menilai layanan digital:

1. Efficiency (Efisiensi): Kemudahan dan kecepatan pengguna dalam mengakses layanan, termasuk kemudahan navigasi pada aplikasi dan waktu pemuatan yang cepat.
2. Fulfillment (Pemenuhan Janji Layanan): Kemampuan layanan memenuhi janji atau klaim yang diberikan, seperti ketepatan waktu pengiriman dan kesesuaian produk yang dipesan.
3. System Availability (Ketersediaan Sistem): Stabilitas dan keandalan aplikasi dalam mendukung transaksi tanpa gangguan.
4. Privacy (Privasi): Keamanan data pribadi pengguna, termasuk perlindungan terhadap informasi sensitif seperti detail pembayaran.
5. Responsiveness (Daya Tanggap): Kecepatan dan ketepatan dalam menanggapi keluhan atau kebutuhan bantuan pelanggan.
6. Compensation (Kompensasi): Ketersediaan kompensasi atau penggantian jika terjadi masalah, seperti pengembalian dana atau penawaran solusi lainnya.
7. Contact (Kemudahan Kontak): Aksesibilitas untuk berhubungan langsung dengan staf layanan pelanggan, yang menunjukkan kesiapan dalam memberikan bantuan dan menjawab pertanyaan.

C. Studi Terkait Pengaruh E-SERVQUAL pada Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas layanan digital yang diukur dengan e-SERVQUAL berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Pada layanan e-commerce seperti Shopee dan platform perjalanan seperti Traveloka, ditemukan bahwa dimensi responsiveness dan contact sangat memengaruhi kepuasan pelanggan. Ketersediaan respon cepat dan akses komunikasi yang mudah mampu meningkatkan kepercayaan dan keterikatan pelanggan. Studi Hastuti (2021) terhadap Bukalapak, misalnya, menemukan bahwa kepuasan pengguna secara konsisten meningkat seiring meningkatnya kualitas layanan pada dimensi efficiency, system availability, dan privacy, karena faktor-faktor ini sangat memengaruhi kenyamanan pengguna dalam mengakses platform.

D. Penerapan E-SERVQUAL pada Online Food Delivery di Wilayah Tasikmalaya

Dengan meningkatnya jumlah pengguna layanan pesan-antar makanan, khususnya di daerah Tasikmalaya, penerapan metode e-SERVQUAL dapat membantu online food delivery mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan dalam kualitas layanannya. Beberapa dimensi utama seperti efficiency, fulfillment, dan privacy memiliki relevansi khusus dalam konteks online food delivery. Pengguna mengharapkan proses pemesanan yang mudah, pengiriman yang tepat waktu, serta keamanan data pribadi mereka. Dimensi responsiveness dan contact juga sangat penting untuk menangani keluhan atau kendala pengguna dengan cepat, terutama jika ada masalah dengan pesanan yang memerlukan solusi segera.

E. Implikasi Penelitian dan Kontribusi Metode E-SERVQUAL bagi Peningkatan Layanan Online Food Delivery

Menggunakan e-SERVQUAL, penelitian ini akan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan, serta mengukur kesenjangan antara harapan dan pengalaman nyata pengguna online food delivery di Tasikmalaya. Temuan ini diharapkan memberikan wawasan penting bagi pengelola online food delivery untuk meningkatkan pengalaman pelanggan pada aspek-aspek kritis, seperti system availability yang memastikan aplikasi stabil, compensation yang memberikan solusi ketika terjadi masalah, serta privacy yang memastikan keamanan data pelanggan. Dengan memperhatikan area-area ini, online food delivery dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, mempertahankan loyalitas, dan mengoptimalkan layanan pesan antar mereka di wilayah Tasikmalaya sesuai dengan harapan masyarakat lokal

RESEARCH METHOD

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif yang bertujuan untuk menganalisis kualitas layanan online delivery food di wilayah Tasikmalaya menggunakan metode E-ServQual. Penelitian kuantitatif digunakan karena data yang dikumpulkan berbentuk angka-angka yang dianalisis secara statistik, seperti yang dikemukakan oleh Marczyk dalam Syaiful Bahri (2018), bahwa metode kuantitatif menekankan pada pengukuran variabel dan pengujian hipotesis melalui analisis statistik.

Metode Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui dua sumber utama, yaitu:

2. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung dari responden penelitian melalui penyebaran kuesioner. Kuesioner disebarakan kepada pengguna layanan online delivery food di wilayah Tasikmalaya. Kuesioner ini terdiri dari pertanyaan yang disusun berdasarkan tujuh dimensi E-ServQual, yaitu efisiensi, reliabilitas, fulfillment, privasi, daya tanggap, kompensasi, dan kontak (Syaiful Bahri, 2018).

3. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari studi literatur dan sumber informasi lain yang relevan, seperti laporan, artikel, atau data resmi yang terkait dengan online delivery food dan E-ServQual. Data sekunder ini berfungsi sebagai pendukung dalam menganalisis hasil penelitian.

Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi penelitian ini adalah seluruh pengguna layanan online delivery food di wilayah Tasikmalaya yang telah menggunakan layanan tersebut setidaknya satu kali dalam tiga bulan terakhir. Mengingat jumlah populasi yang besar dan tidak diketahui secara pasti, maka dilakukan pengambilan sampel.

2. Sampel

Sampel dalam penelitian ini ditentukan menggunakan pendekatan non-probabilitas, yaitu accidental sampling. Teknik ini dipilih karena sifat populasi yang luas dan tidak dapat diidentifikasi secara pasti, sehingga memudahkan proses pengambilan data dari responden yang kebetulan tersedia dan bersedia berpartisipasi dalam penelitian.

Jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Lemeshow

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot (1 - P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

z = Skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

P = Maksimal estimasi: 50% (P = 0,5)

d = Tingkat kesalahan: 10% (d = 0,1)

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot (1 - 0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01} = 96,04$$

Dari rumus Lemeshow di atas, didapatkan jumlah minimal dari sampel yang harus dicari yaitu sebanyak 96,04 responden sehingga sampel yang akan digunakan dibulatkan menjadi 100 responden.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Kuesioner

Kuesioner yang digunakan terdiri dari 30 pernyataan yang mencakup tujuh dimensi E-ServQual. Responden diminta untuk memberikan penilaian atas kualitas layanan online delivery food berdasarkan skala Likert 1-5, dimana 1 berarti "sangat tidak puas" dan 5 berarti "sangat puas."

2. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan untuk memperoleh informasi dari literatur terkait kualitas layanan dan metode E-ServQual. Hal ini dilakukan dengan meninjau buku, jurnal, dan artikel yang relevan.

Teknik Analisis Data

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode E-ServQual, dengan menghitung kesenjangan (gap) antara pelayanan yang diharapkan (expected service) dan pelayanan yang diterima (perceived service). Adapun formula untuk menghitung gap adalah sebagai berikut:

$$\text{Gap} = \text{Perceived Service} - \text{Expected Service}$$

Hasil perhitungan gap ini akan menunjukkan kualitas layanan yang diterima pengguna. Apabila gap bernilai positif, maka layanan dapat dikatakan memuaskan. Sebaliknya, gap bernilai negatif menunjukkan bahwa kualitas pelayanan perlu ditingkatkan.

Pengujian instrumen penelitian

Pengujian instrumen penelitian dilakukan menggunakan software SPSS versi 26 untuk memastikan kuesioner yang dibuat memenuhi standar sebelum disebarkan kepada sampel penelitian. Tahapan pengujian meliputi uji normalitas, validitas, dan reliabilitas. Pengujian ini bertujuan untuk memastikan kualitas data yang dihasilkan dari kuesioner sesuai dengan kebutuhan penelitian.

ANALISIS DATA DAN DISKUSI

A. Hasil Uji Normalitas Kuesioner

Pengujian normalitas pada kuesioner bertujuan untuk mencari tahu nilai residual dari data yang terkumpul berdistribusi normal atau tidak. Pada penelitian ini, pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan uji normalitas Kolmogorov-Smirnov yang tingkat signifikansinya sebesar 0,05 menggunakan SPSS 26.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.34364885
Most Extreme Differences	Absolute	.051
	Positive	.041
	Negative	-.051
Test Statistic		.051
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c, d}

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

Gambar 1. Uji Kolmogorov-Smirnov.

Dari hasil uji normalitas yang pada gambar di atas, dapat diketahui nilai signifikansinya sebesar 0,200 yang dimana nilai tersebut lebih besar dari ($>$) 0,05 yang berarti bahwa nilai residualnya berdistribusi normal.

B. Hasil Uji Validitas Kuesioner

Tabel 1. Uji Validitas

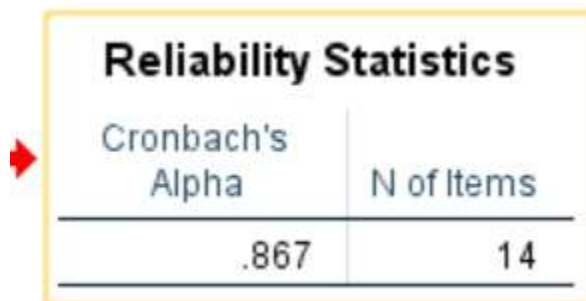
No	Indikator	R Hitung
1.	E1	0,505
2.	E2	0,602
3.	E3	0,507
4.	E4	0,668
5.	E5	0,272
6.	E6	0,523
7.	E7	0,415
8.	E8	0,480
9.	E9	0,506
10.	E10	0,677
11.	E11	0,342
12.	E12	0,559
13.	E13	0,545
14.	E14	0,469
15.	P1	0,575
16.	P2	0,546
17.	P3	0,552
18.	P4	0,514
19.	P5	0,484
20.	P6	0,507
21.	P7	0,571
22.	P8	0,508

23.	P9	0,593
24.	P10	0,552
25.	P11	0,412
26.	P12	0,530
27.	P13	0,554
28.	P14	0,621

Dari tabel 1 di atas terdapat masing-masing 14 pertanyaan untuk variabel expected (E) dan perceived (P) dengan jumlah sampel (n) sebanyak 100 responden. Nilai r hitung yang tertera pada tabel memiliki nilai yang lebih besar daripada nilai r tabel yaitu sebesar 0,195 sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa semua instrumen penelitian dapat dinyatakan valid.

C. Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner

Uji reliabilitas pada kuesioner berfungsi untuk mengetahui tingkat konsistensi suatu kuesioner penelitian yang dimiliki dalam pengumpulan data sudah reliabel atau tidak



Cronbach's Alpha	N of Items
.867	14

Gambar 2. Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Expected



Cronbach's Alpha	N of Items
.871	14

Gambar 3. Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Perceive

Dari hasil uji reliabilitas yang terdapat pada gambar di atas, dihasilkan bahwa nilai dari hasil variabel expected dan perceived memiliki nilai cronbach's alpha lebih dari 0,600. Maka didapatkan kesimpulan bahwa semua instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel

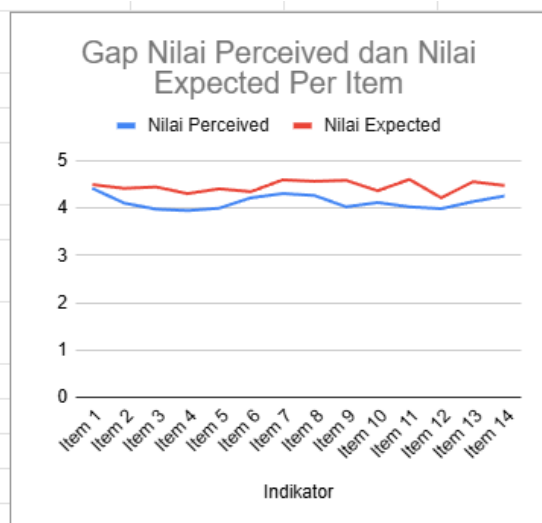
D. Perhitungan Nilai E-ServQual

Nilai e-ServQual diperoleh dengan menghitung perbedaan antara rata-rata kualitas layanan yang diterima pengguna (perceived) dan kualitas layanan yang diinginkan oleh pengguna (expected). Hasil penghitungan selisih ini disajikan dalam tabel dan gambar di bawah ini.

Tabel 2. Perhitungan Nilai E-Servual Per Item.

Dimensi	Indikator	Nilai Perceived	Nilai Expected	Gap
Efficiency	Item 1	4,42	4,5	-0,08
	Item 2	4,11	4,42	-0,31
Fulfillment	Item 3	3,98	4,45	-0,47
	Item 4	3,95	4,31	-0,36
System Availability	Item 5	4	4,41	-0,41
	Item 6	4,22	4,35	-0,13
Privacy	Item 7	4,31	4,6	-0,29
	Item 8	4,27	4,57	-0,3
Responsiveness	Item 9	4,03	4,59	-0,56
	Item 10	4,12	4,37	-0,25
Compensation	Item 11	4,03	4,61	-0,58

	Item 12	3,99	4,22	-0,23
Contact	Item 13	4,14	4,56	-0,42
	Item 14	4,26	4,48	-0,22



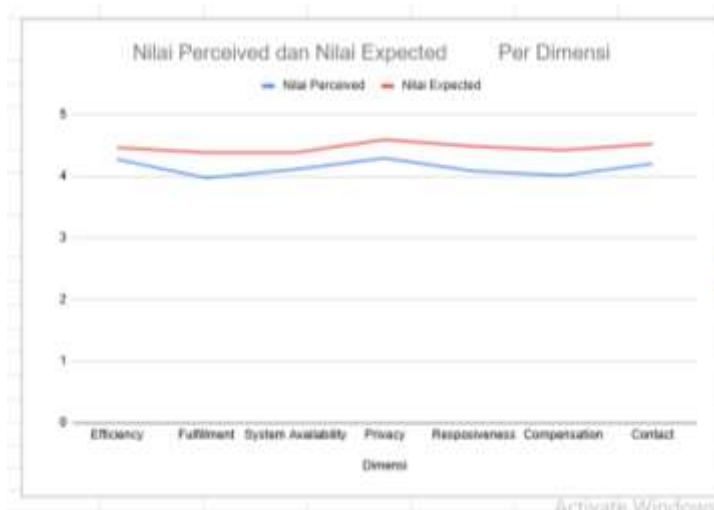
Gambar 4. Gap Nilai Percieved dan Nilai Expected Per Item.

Data dalam tabel kemudian divisualisasikan dalam bentuk grafik seperti pada gambar di atas, menggunakan nilai per indikator yang menunjukkan kesenjangan (gap) antara kualitas layanan yang dirasakan pengguna (perceived) dan harapan pengguna (expected) pada setiap pernyataan. Dari data tersebut, dapat dilihat bahwa tidak terdapat gap positif, sedangkan gap negatif terbesar terdapat pada item 4, yaitu -0,62. Nilai tersebut kemudian diolah agar menjadi besarnya gap berdasarkan dimensi e-ServQual yang diambil dari nilai rata-rata per dimensi dan dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 3. Perhitungan Nilai E-Servual Per Dimensi.

Dimensi	Nilai Perceived	Nilai Expected	Gap
Efficiency	4,27	4,46	-0,19
Fulfillment	3,97	4,38	-0,42

System Availability	4,11	4,38	-0,27
Privacy	4,29	4,59	-0,30
Resposiveness	4,08	4,48	-0,41
Compensation	4,01	4,42	-0,41
Contact	4,20	4,52	-0,32



Gambar 5. Gap Nilai Percieve dan Nilai Expected Per Dimensi.

Dari tabel dan gambar di atas dapat diketahui nilai perceived dan nilai expected per dimensi e-ServQual dan juga mengetahui gap atau kesenjangannya dengan perincian bahwa pada dimensi efisiensi (efficiency) memiliki gap sebesar -0,19, dimensi pemenuhan (fulfillment) memiliki gap dengan nilai -0,42, dimensi ketersediaan sistem (system availability) memiliki gap sebesar -0,27, pada dimensi privasi (privacy) memiliki gap dengan nilai -0,30, dimensi daya tanggap (responsiveness) memiliki gap sebesar -0,41, dimensi kompensasi (compensation) memiliki gap dengan nilai -0,41, dan pada dimensi kontak (contact) memiliki gap sebesar -0,32.

Hasil e-ServQual per dimensi menunjukkan bahwa seluruh nilai gap bernilai negatif, menandakan adanya perbedaan antara ekspektasi pengguna dan pengalaman nyata dalam proses pemesanan makanan melalui online delivery food. Gap negatif ini berarti layanan yang diterima belum sepenuhnya memenuhi harapan pengguna. Dalam konteks ini, pengguna mungkin mendapati kualitas pelayanan yang kurang memuaskan atau tidak sesuai dengan standar yang mereka inginkan saat memesan makanan.

Jika nilai gap adalah 0, hal ini menunjukkan kesesuaian antara ekspektasi dan realita, di mana layanan yang dirasakan pengguna sesuai dengan yang diharapkan. Di sisi lain, nilai gap yang lebih dari nol atau bernilai positif menunjukkan bahwa pelayanan melebihi harapan pengguna; layanan yang diberikan lebih baik dari ekspektasi. Namun, data saat ini menunjukkan bahwa tidak ada gap positif, yang berarti bahwa seluruh pengalaman pengguna masih di bawah harapan mereka.

KESIMPULAN DAN SARAN

Analisis e-ServQual terhadap kualitas layanan online food delivery menunjukkan bahwa pengalaman pengguna masih jauh dari harapan mereka. Setiap dimensi yang diukur memiliki nilai gap negatif, yang berarti kualitas layanan yang diterima pengguna berada di bawah ekspektasi mereka. Analisis e-ServQual terhadap kualitas layanan online food delivery menunjukkan bahwa pengalaman pengguna masih jauh dari harapan mereka. Semua dimensi yang diukur memiliki gap negatif, dengan dimensi pemenuhan (fulfillment) mencatat gap terbesar (-0,42), yang menunjukkan ketidaktepatan dalam janji layanan terkait ketepatan waktu dan kepuasan pengiriman.

Selain itu, online food delivery diharapkan mempertahankan layanan dari segi dimensi efisiensi (efficiency) karena hanya dihasilkan gap sebesar (-0,19), angka ini merupakan celah terkecil sehingga online food delivery harus mempertahankan pula pada apa yang menjadi kekuatan atau layanan yang sudah unggul.

Online delivery food ini perlu mengevaluasi dan meningkatkan seluruh aspek layanan, terutama pada indikator yang mendapatkan gap terbesar. Jika tidak, terdapat risiko pengguna beralih ke platform lain yang memiliki kualitas layanan yang sesuai dengan ekspektasi mereka. Evaluasi ini dapat menjadi dorongan untuk lebih mendalam memahami kebutuhan pengguna dan tidak hanya mengandalkan popularitas platform tanpa memperbaiki kualitas layanannya.

REFERENCES

Bahri, S. (2018). Metodologi Penelitian Bisnis Lengkap Dengan Teknik Pengolahan Data SPSS. Penerbit Andi (Anggota Ikapi). Percetakan Andi Offset. Yogyakarta.

- Hastuti, H. E. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan Situs Belanja Online dengan Pendekatan Model Kano Berdasarkan Dimensi E-SERVQUAL Pada Bukalapak (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).*
- Irawan, A. W., Yusufianto, A., Agustina, D., & Dean, R. (2020). Laporan survei internet APJII 2019-2020 (Q2). Jakarta: PT Pusat Survei Indonesia Raya.*
- Komharudin, K., Firman, A., & Nurapipah, D. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan Melalui Metode E-Servqual Untuk Mengetahui Kepuasan Konsumen E-Commerce Shopee Pada Masyarakat Kota Sukabumi. Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan, 4(2), 464-474..*
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). ES-QUAL: A multiple-item scale for assessing electronic service quality. Journal of service research, 7(3), 213-233.*
- Syaiful Bahri (2018). Pengantar Metodologi Penelitian. Surya Dharma University Press.*