

## **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga PT GOJEK Terhadap Kepuasan Konsumen GO-FOOD Di Padang**

**Zaky Wirananta**

Universitas Negeri Padang  
Email: [wirnantazaky@gmail.com](mailto:wirnantazaky@gmail.com)

**Syamsir**

Universitas Negeri Padang  
Email: [syamsirsaili@yahoo.com](mailto:syamsirsaili@yahoo.com)

**Mutiara Rezika**

Universitas Negeri Padang  
Email: [mutiararezika23@gmail.com](mailto:mutiararezika23@gmail.com)

**Nurfaiza**

Universitas Negeri Padang  
Email: [fnurfaiza05@gmail.com](mailto:fnurfaiza05@gmail.com)

**Irvan Rinaldi**

Universitas Negeri Padang  
Email: [irvanrinaldi40@gmail.com](mailto:irvanrinaldi40@gmail.com)

**Isratul Ilham Zet**

Universitas Negeri Padang  
Email: [isratulilhamzz@gmail.com](mailto:isratulilhamzz@gmail.com)

### **Abstract.**

*The acceleration of the times and the progress of education, a prosperous economy, social and cultural changes and the development of advanced science and technology can facilitate human activities. This is in accordance with the concept of the Industrial Revolution 4.0, one of the characteristics of which is technological development and the digitalization era. Technological developments and digitalization can occur in several sectors, one of which is electronic trading or buying and selling on the Internet. Not only now, shopping can be done through social media such as the Instagram application, as well as online buying and selling applications that can be downloaded on smartphones. Given the high creativity of the younger generation, it is believed that it can increase Indonesia's per capita income, and adequate competitiveness will have a major impact on the development of online business. Of course, consumers will also be facilitated in their consumption activities. . The ease of doing business has aroused consumer interest in doing business, not only in the field of selling goods, now it can also be done online in the service sector, for example the Gojek application for online motorcycle taxis.*

**Keywords:** *Application, Technological, Consumers, and Service*

## **Abstrak**

Percepatan zaman dan kemajuan pendidikan, ekonomi yang makmur, perubahan sosial dan budaya serta perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang maju dapat memudahkan aktivitas manusia. Hal ini sesuai dengan konsep Revolusi Industri 4.0 yang salah satu cirinya adalah perkembangan teknologi dan era digitalisasi. Perkembangan teknologi dan digitalisasi dapat terjadi di beberapa sektor, salah satunya adalah perdagangan elektronik atau jual beli di Internet. Tidak hanya saat ini, belanja bisa dilakukan melalui media sosial seperti aplikasi Instagram, maupun aplikasi jual beli online yang bisa diunduh di smartphone. Mengingat tingginya kreativitas generasi muda diyakini dapat meningkatkan pendapatan per kapita Indonesia, dan daya saing yang memadai akan berdampak besar bagi perkembangan bisnis online. Tentunya konsumen juga akan dimudahkan dalam kegiatan konsumsinya. Kemudahan berbisnis menggugah minat konsumen untuk berbisnis, tidak hanya di bidang penjualan barang, kini juga bisa dilakukan secara online di bidang jasa, contohnya aplikasi Gojek untuk ojek online.

**Kata kunci:** Aplikasi, Teknologi, Konsumen, dan Pelayanan

## **LATAR BELAKANG**

Seiring dengan berkembangnya zaman yang semakin cepat dan kemajuan dalam pendidikan, perekonomian yang lebih makmur, perubahan sosial budaya masyarakat, serta perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang canggih, dapat memudahkan aktivitas manusia. Hal tersebut sejalan dengan istilah revolusi industri 4.0 dimana salah satu cirinya yaitu kemajuan teknologi dan era digitalisasi.

Kemajuan teknologi dan digitalisasi dapat terjadi di berbagai sektor salah satunya pada bisnis online shop atau jual-beli secara online, tidak hanya melalui situs website seperti sebelum-sebelumnya, saat ini seseorang dapat berbelanja melalui media sosial seperti aplikasi instagram dan juga aplikasi jual-beli online yang bisa di download melalui smartphone. Melihat tingginya daya kreativitas generasi muda diharapkan mampu meningkatkan pendapatan perkapita negara Indonesia, dan memiliki daya saing yang cukup akan sangat berpengaruh dalam menumbuh kembangkan usaha bisnis online, tentunya konsumen juga dimudahkan dalam melakukan kegiatan konsumsinya. Kemudahan dalam bertransaksi membuat konsumen tertarik melakukan transaksi, tidak hanya dalam bidang penjualan barang saja, dalam bidang jasa pun saat ini sudah bisadilakukan secara online, sebagai contoh yakni aplikasi Gojek yang disediakan untuk ojek online.

Perusahaan transportasi online yaitu PT. Gojek Indonesia yang didirikan pada tanggal 13 Oktober 2010, merupakan sebuah perusahaan swasta penyedia jasa berbasis teknologi yang bermitra dengan pengemudi ojek di beberapa kota di Indonesia, diantaranya Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi, Bandung, Bali, Surabaya dan Medan. Sistem manajemen dan operasional Gojek adalah dengan memadukan teknologi modern startup. Setiap driver Gojek menggunakan smartphone dengan aplikasi dan GPS yang selalu aktif, ketika pelanggan memesan jasa melalui aplikasi Gojek, dalam posisi radius 3 km, panggilan tersebut akan menggetarkan smartphone driver yang tersambung sampai pada akhirnya pemesanan tersebut dipenuhi.

Kemudahan yang ditawarkan oleh PT. Gojek Indonesia dalam memenuhi kebutuhan transportasi memberikan dampak yang signifikan di beberapa wilayah 3 di Indonesia. Beberapa efek positif yang diberikan Gojek pada masyarakat adalah biaya transportasi yang cenderung hemat, efisiensi waktu perjalanan, pemesanan yang mudah dan praktis, keamanan yang terjaga saat menjadi penumpang, dan mendapat pelayanan yang sopan. Selain dengan harga yang sangat terjangkau dan pemesanan yang mudah, PT. Gojek Indonesia juga memberikan layanan lain selain Go-Ride (jasa antar penumpang), yaitu Go-Send (jasa antar barang), Go-Food (jasa pemesanan pengiriman makanan), Go-Mart (jasa pembelian barang yang dibutuhkan konsumen), Go-Box (jasa pemesanan mobil pick-up untuk membawa banyak barang), Go-Clean (jasa pembersihan rumah), Go-Glam (jasa kecantikan), dan Go-Massage (jasa pijatan). Layanan yang ditawarkan oleh PT. Gojek Indonesia diminati oleh banyak masyarakat, hal tersebut dibuktikan dengan jumlah pengunduh aplikasi Gojek yang sudah mencapai 5,5 juta app download, dan pihak Gojek memiliki target pada tahun 2016 aplikasi Gojek diunduh sebanyak sepuluh juta kali.

Usaha untuk membuat konsumen tetap loyal terhadap layanan Go-Food maka perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik agar konsumen merasa terpuaskan. Kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan sebab apabila perusahaan memiliki seorang pelanggan yang puas akan layanannya, maka hal itu dapat menjadi aset yang sangat bernilai bagi perusahaan. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa harga layanan Go-Food terjangkau, sesuai dengan

kualitas layanan, sesuai dengan manfaat layanan dan memiliki daya saing akan mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan pembelian. Hal ini mendukung penelitian Rizma Nugroho (2018) bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sehingga baik untuk ditingkatkan.

## **KAJIAN TEORITIS**

Menurut Li et al (2009), dimensi e-service quality dilihat dari dua perspektif, yaitu perspektif perusahaan dan perspektif pelanggan. Jika dilihat dari perspektif perusahaan, maka dimensi e-service yang harus diperhatikan adalah ease of use (kemudahan bagi pelanggan untuk menggunakan website), website design (website harus didesain dengan baik dan menarik secara visual), reliability (konsistensi kinerja dan kehandalan web), system availability (fungsi teknis yang benar dari website), privacy (keamanan dan perlindungan informasi pelanggan), responsiveness (penanganan masalah dan pengembalian yang efektif melalui internet), dan empathy (perawatan dan perhatian individual yang diberikan kepada pelanggan melalui saluran elektronik). Sedangkan jika dilihat dari perspektif pelanggan, maka dimensi e-service yang harus diperhatikan adalah experience (kesan mengenai perusahaan melalui pelanggan terdahulu) dan trust (kepercayaan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang cepat dan kaya informasi).

Gojek hadir menjadi perusahaan berbasis teknologi yang inovatif dan melahirkan dampak besar secara positif bagi manusia dalam memenuhi kebutuhannya. Gojek menciptakan berbagai fitur dalam memenuhi kebutuhan pelanggan salah satunya yaitu Go-Food yang dapat memenuhi kebutuhan manusia dalam hal delivery makanan dan minuman secara online. Fitur Go-Food pada aplikasi Gojek menjadi layanan food delivery yang besar di Indonesia. Kesuksesan fitur Go-Food dalam aplikasi Gojek dinyatakan pada riset yang dilakukan Nielsen Media Research Singapura pada tahun 2019. Survei Nielsen Media Research Singapura menyatakan bahwa masyarakat menilai fitur Go-Food pada aplikasi Gojek sebagai layanan food delivery terbaik di Indonesia.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Gambaran umum PT. GO-JEK Indonesia**

PT. GO-JEK Indonesia bermula ditahun 2010 didirikan oleh Nadiem Makarim sebagai perusahaan transportasi roda dua melalui panggilan telepon, GO-JEK kini telah tumbuh menjadi on-demand mobile platform dan aplikasi terdepan yang menyediakan berbagai layanan lengkap mulai dari transportasi, logistic, pembayaran, layan-antar makanan, dan berbagai layanan on-demand lainnya.

GO-JEK adalah sebuah perusahaan teknologi berjiwa sosial yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pekerja diberbagai sektor informal di Indonesia. GO-JEK bermitra dengan para pengendara ojek yang berpengalaman. Kegiatan GO-JEK bertumpu pada 3 nilai pokok: kecepatan, inovasi, dan dampak sosial. Para driver GO-JEK mengatakan bahwa pendapatan mereka meningkat semenjak bergabung sebagai mitra dengan mendapatkan akses ke lebih banyak pelanggan melalui aplikasi kami. Mereka juga mendapatkan santunan kesehatan dan kecelakaan, akses kepada lembaga keuangan dan asuransi, cicilan otomatis yang terjangkau, serta berbagai fasilitas yang lain. GO-JEK telah resmi beroperasi di 25 kota besar di Indonesia, termasuk Medan, Batam, Palembang, Pekanbaru, Jambi, Padang, Bandar Lampung, Jabodetabek, Bandung, Sukabumi, Yogyakarta, Semarang, Pontianak, Banjarmasin, Manado, Makassar, Denpasar, Mataram dengan rencana pengembangan di kota-kota lainnya pada tahun mendatang. Adapun layanan yang diberikan oleh PT. GO-JEK Indonesia, yaitu GO-RIDE, GO-CAR, GO-FOOD, GO-BLUEBIRD, GO-SEND, GO-PULSA, GO-WIN, GO-SHOP, GO-MART GO-TIX, GO-BOX, GO-MASSAGE, GO-CLEAN, GO-GLAM, GO-MED, GOBUS.

### **1.VISI DAN MISI PT GO-JEK**

#### **a. Visi PT. GO-JEK Indonesia**

membantu memperbaiki struktur transportasi di Indonesia, memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melaksanakan kegiatan sehari-hari seperti pengiriman dokumen, belanja harian dengan menggunakan jasa kurir, serta turut mensejahterakan kehidupan tukang ojek di Indonesia.

**b. Misi PT. GO-JEK Indonesia** adalah sebagai berikut:

1. Menjadi acuan pelaksanaan kepatuhan dan tata kelola struktur transportasi yang baik dengan menggunakan kemajuan teknologi.
2. Memberikan layanan prima dan solusi yang bernilai tambah kepada pelanggan.
3. Membuka lapangan kerja selebar-lebarnya bagi masyarakat Indonesia.
4. Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial.
5. Menjaga hubungan baik dengan berbagai pihak yang terkait dengan usaha ojek online.

## **2. Logo PT. Gojek Indonesia**

Logogram yang digunakan dalam identitas Go-Jek adalah seorang pengendara sepeda motor dengan simbol beberapa garis melengkung di atas kepala berwarna hijau yang melambangkan transportasi ojek yang berbasis online dengan tulisan Go-Jek yang merupakan branding perusahaan dicetak secara tebal dengan huruf kapital yang mencolok tujuannya agar mampu dilihat dengan jelas dan mudah diingat masyarakat.

### **Logo PT GO-JEK Indonesia**



Pemilihan warna pada logo Go-Jek adalah warna hijau. Warna hijau dipilih karena melambangkan pertumbuhan, kebangkitan, stabilitas dan ketahanan. Hijau juga dapat diartikan kemakmuran dan kombinasi warna yang positif seperti halnya gojek yang memiliki misi memakmurkan mitra pengojek mereka dan membawa pengaruh yang positif bagi lingkungan sekitarnya. Dalam logo Go-Jek juga terdapat tagline “An Ojek for Every Need” yang berarti perusahaan ini menyediakan jasa transportasi ojek untuk siapa saja yang membutuhkan dengan sistem yang efektif dan efisien.

## **B. PEMBAHASAN**

Pelayanan yang baik akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dan hasil yang akan didapatkan oleh sebuah perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik merupakan suatu yang sangat penting dalam menciptakan kepuasan konsumen terutama dalam hal bukti langsung, keandalan, ketanggapan, jaminan, empati.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan itu sendiri. Apabila faktor-faktor tersebut dapat dipenuhi dengan baik, maka loyalitas pelanggan pun tercipta sehingga pendapatan bisnis pun meningkat. Bahkan di tengah persaingan bisnis yang kian ketat, perusahaan Anda tetap mampu bertahan dan unggul karena pelanggan merasa mendapatkan pelayanan yang diinginkan.

### **1. Mutu produk**

Hal terpenting yang wajib diperhatikan setiap perusahaan untuk menciptakan kepuasan pelanggan adalah mutu dari produk yang digunakan. Untuk itu, pastikan Anda selalu memilih dan menggunakan produk berkualitas, sehingga pelanggan merasa puas dan tidak ragu untuk kembali membeli produk yang Anda tawarkan. Pengaruh mutu produk ini juga bisa menjadi salah satu strategi pemasaran terbaik, sebab sering dijumpai pelanggan akan merekomendasikan produk Anda kepada keluarga ataupun teman-temannya.

### **2. Kualitas pelayanan**

Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan juga bisa datang dari kualitas layanan yang diberikan oleh Anda dan seluruh karyawan yang ada. Hal ini sangat penting terutama bagi Anda yang bergerak di bidang jasa. Pasalnya, persepsi pelanggan terhadap bisnis sedikit banyak akan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan itu sendiri. Dengan demikian, pastikan Anda selalu memberikan kualitas pelayanan terbaik, termasuk setelah transaksi jual-beli diselesaikan.

### **3. Penetapan harga**

Sebelum memutuskan pembelian suatu produk, pelanggan tentu akan melakukan perbandingan harga produk yang sama dari beberapa merek. Artinya, penetapan harga juga berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Jadi, sebaiknya selalu lakukan riset pasar sebelum Anda menetapkan harga untuk produk barang/jasa yang akan dijual. Jika memungkinkan, berikan harga yang relatif terjangkau, dengan kualitas yang baik sehingga pelanggan tidak merasa dikecewakan.

### **4. Pengalaman belanja yang menyenangkan**

*Customer experience* atau pengalaman belanja pelanggan juga berpengaruh lho terhadap kepuasannya. Pengalaman ini berbanding lurus dengan kemudahan selama proses pembelian. Artinya, proses belanja yang mudah, cepat, dan fleksibel sangat diminati oleh pelanggan. Fasilitas bebas biaya tambahan, gratis ongkos kirim, dan pilihan metode pembayaran yang beragam, pun mampu menjadi faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

### **5. Testimoni orang lain**

Pengalaman orang lain akan mempengaruhi minat dan persepsi pelanggan baru Anda. Faktor inilah yang nantinya akan menentukan pengalaman belanja yang ia dapatkan. Hal ini dikarenakan pelanggan akan langsung membandingkan testimoni orang lain dengan pengalaman yang didapatkan sendiri. Apabila ia juga menerima pengalaman baik sama seperti orang lain, maka ia juga akan merasa puas dan selalu memilih produk Anda di antara pesaing-pesaing lainnya.

### **6. Strategi pemasaran**

Satu lagi faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan saat membeli produk yang Anda tawarkan, yaitu strategi pemasaran. Tanpa disadari strategi Anda dalam membuat iklan dan promosi juga berpengaruh pada ekspektasi pelanggan. Salah satu cara menciptakan kepuasan pelanggan yaitu dengan memberikan pelayanan yang prima, itulah yang menjadi alasan pelayanan prima penting bagi pelanggan. Adanya pelayanan yang terbaik kepada pelanggan menjadi tolak ukur kesuksesan dalam menciptakan loyalitas dan kepuasan pelanggan.



## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **A. Kesimpulan**

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian yang telah dilakukan, yakni :

1. Harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Go-Jek.
2. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Go-Jek.
3. Nilai pelanggan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Go-Jek.
4. Harga, kualitas pelayanan dan nilai pelanggan berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap kepuasan pelanggan Go-Jek.

### **B. Saran**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penulis mengemukakan beberapa saran berikut ini:

1. Agar dapat memberikan tingkat kepuasan yang tinggi kepada konsumennya Pihak GO-JEK harus memperhatikan kehandalan yang diberikan, mempertahankan kehandalan dan meningkatkan kualitas layanan dari segi waktu tempuh perjalanan. Karena alasan konsumen memilih GO-JEK sebagai transportasi adalah waktu tempuh yang diberikan lebih cepat dari angkutan umum. Dalam hal ini pihak GO-JEK harus lebih memperhatikan pelayanan dari segi kehandalan (*reliability*) yang mampu meningkatkan mutu pelayanan GO-JEK serta dapat menciptakan kepercayaan konsumen agar konsumen puas dan loyal. Adanya pengaruh dari kualitas kehandalan ini menunjukkan bahwa pihak GO-JEK dapat dipercaya menjaga keselamatan konsumen, mengantarkan konsumen dengan tepat waktu dan konsisten dalam melayani konsumen.
2. GO-JEK harus tetap memberikan pelayanan yang baik pada dimensi-dimensi lainnya. Dari segi kualitas fisik GO-JEK seperti memberikan atribut pendukung saat berkendara seperti masker dan jas hujan. Dari segi kualitas daya tanggap pihak GO-JEK memberikan informasi yang jelas pada konsumen, dan tanggap dengan pemesanan yang dilakukan konsumen. Dari segi kualitas jaminan, pihak GO-JEK tetap memperhatikan etika driver saat melayani konsumen seperti memberikan senyuman juga ramah, dan memberikan rasa aman kepada konsumen. Dari segi kualitas empati, pihak GO-JEK tetap menerima masukan ataupun keluhan dari konsumen ketika mengalami permasalahan pemesanan.

## DAFTAR REFERENSI

- Aini, Rosialtul. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pengguna Go-Food di Kota Matara*. Skripsi . Mataram: Universitas Islam Negeri Mataram.
- Almariah, Nurul. 2019. *Pengaruh Layanan GoFood, Harga, Jumlah Order terhadap Omzet Bisnis Kuliner di Kota Jambi*. Skripsi. Jambi: Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
- Al Rasyid, H. (2017). Pengaruh kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Go-Jek. *Jurnal Ecodemica Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 1(2), 210-223.
- Aryani, D., & Rosinta, F. (2010). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi* , 17(2), 114-126.
- Arta, T. L. F. (2021). *PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED EASE OF USE DAN E-SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN FITUR GO FOOD DALAM APLIKASI GOJEK (Studi Pada Pengguna Fitur Go-Food di Kecamatan Kebumen)* (Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa).
- Aptaguna, A., & Pitaloka, E. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek. *Widyakala: Journal Of Pembangunan Jaya University*, 3, 49-56.
- Dian, Catur Oktaviani. (2019). *Analisis Perbandingan Kualitas, Harga dan Kepuasan Konsumen Pengguna Layanan Gojek dan Grab (Studi Kasus pada Konsumen Pengguna Layanan Gojek dan Grab di Purwokerto)*. Skripsi. Purwokerto: Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
- Fazri, & Sawitri. (2015). *Hubungan Antara Motivasi Kerja dengan Pengambilan Keputusan Alih Profesi dari Karyawan Menjadi driver Gojek*.
- Farida,I., Ahmad, T., & November, Y. (2016). *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek Online*. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis* , 31-40.
- Khair, U., & Misnawati, M. (2022). *Indonesian language teaching in elementary school: Cooperative learning model explicit type instructions chronological technique of events on narrative writing skills from interview texts*. *Linguistics and Culture Review*, 6, 172-184.
- Laurent, F. (2016). Pengaruh e-service quality terhadap loyalitas pelanggan Go-jek melalui kepuasan pelanggan. *Agora*, 4(2), 95-100.

- Indriany, Y., Hastuti, S., & PV, D. I. (2022). Analisis Citra Merek Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Makanan Online (Studi Kasus Pelanggan Aplikasi Go Food, Grab Food, Shopee Food). *Jurnal Lentera Bisnis*, 11(2), 205-218.
- Ikram, M. M. (2021). Keputusan Penggunaan Layanan GoFood Selama Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(2), 71-80.
- Taris, H. S., & Purwanto, S. (2022). Analisis Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Peran Mediasi Kepuasan Pelanggan Pada Layanan Go-Food di Surabaya. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 7(2), 449-454.
- Jalu, M. V. (2022). *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen untuk Menggunakan Go-Food Selama Wabah Covid-19 Di Area Yogyakarta* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA).
- Misnawati, M., Poerwadi, P., Nurachmana, A., Veniaty, S., Lestaringtyas, S. R., Christy, N. A., ... & Rahmawati, S. (2022). *The Ekopuitika Theory*. *International Journal of Education and Literature*, 1(1), 54-62.
- Misnawati, M. P., & Anwarsani, S. P. (2000). *Teori Struktural Levi-Strauss dan Interpretatif Simbolik untuk Penelitian Sastra Lisan*. GUEPEDIA.
- Rahmatullah, A. S., & Ghufron, S. (2021). *The Effectiveness Offacebook'as Indonesian Language Learning Media For Elementary School Student: Distance Learning Solutions In The Era Of The Covid-19 Pandemic*. *MULTICULTURAL EDUCATION*, 7(04), 27-37.
- Salsabila, S., Syamsir, M. S., Putri, A. N., & Rahmayanti, A. (2022). *Analisis Dampak Perkuliahan Daring (Online) pada Saat Pandemi Terhadap Hubungan Sosial Mahasiswa Universitas Negeri Padang*. *ENGGANG: Jurnal Pendidikan, Bahasa, Sastra, Seni, dan Budaya*, 3(1), 122-250.
- NSS, R. L. P., & Rahoyo, R. (2019). Dampak Bisnis Kuliner Melalui Go Food Bagi Pertumbuhan Ekonomi Di Kota Semarang. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 20(2), 120-133.
- Nugraha, D. H. (2020). *Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Go-Food pada Aplikasi Go-Jek*. *Jurnal Imiah Psikologi*, 8(3), 428-440.
- Iqbal, M., & Kadir, A. (2020). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Merchant Go Food Festival Duta Mall Banjarmasin*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 6(2), 227-237.
- Pradopo, L. R., & Adhiansyah, R. M. (2019). Analisis Strategi Kualitas Pelayanan untuk Peningkatan Rasa Kepuasan Konsumen pada PT. Gojek (Studi Kasus Pelayanan Kasus ). *journal of information system, applied, management, accounting and research*, 27-32.

- Salengo, Roy. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Go - Food Pada Pt Gojek*.
- Supiani, S., Muryati, D., & Saefulloh, A. (2020). *Pelaksanaan Kegiatan Ekstrakurikuler Keagamaan di Man Kota Palangkaraya Secara Daring*. *ENGGANG: Jurnal Pendidikan, Bahasa, Sastra, Seni, Dan Budaya*, 1(1), 30-39.
- Usop, L. S. (2020). *Peran Kearifan Lokal Masyarakat Dayak Ngaju untuk Melestarikan Pahewan (Hutan suci) di Kalimantan Tengah*. *ENGGANG: Jurnal Pendidikan, Bahasa, Sastra, Seni, dan Budaya*, 1(1), 89-95.
- Perdana, I., & Misnawati, M. P. (2019). *Cinta dan Bangga Berbahasa Indonesia di Perguruan Tinggi*. SPASI MEDIA.
- Perdana, I. Misnawati. 2021. *Evaluasi Pembelajaran*.
- Poerwadi, P., & Misnawati, M. P. *Deder dan Identitas Kultural Masyarakat Dayak Ngaju*. GUEPEDIA.
- Widyayanti, E. R., & Insiatiningsih, I. (2021). *Pengaruh Strategi Pemasaran Online Dengan Aplikasi Gojek Fitur Gofood Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Kuliner Di Yogyakarta*. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*, 8(1), 80-95.
- Widyastuti, W., & Sulistyowati, R. (2021). *Pengaruh E-Service Quality Dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Menggunakan Fitur Go-Food (Studi Pada Pengguna Gojek Di Surabaya)*. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(2), 1272-1278.