

# PENGARUH PERCIEVED USEFULNESS, PERCIEVED EASE OF USE, DAN E-SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN LAYANAN GO-FOOD PADA UMKM DI JALAN SUKABIRUS SEKITAR KAWASAN TELKOM UNIVERSITY

## *THE EFFECT OF PERCIEVED USEFULNESS, PERCIEVED EASE OF USE, AND E-SERVICE QUALITY TO DECISION TO USE GO-FOOD SERVICE AT UMKM ON SUKABIRUS STREET AROUND TELKOM UNIVERSITY AREA*

Bagas Wahyu Nugroho<sup>1</sup>, Tri Indra Wijaksana<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Telkom, Bandung

nugrohobagas@student.telkomuniversity.ac.id<sup>1</sup>, triindrawijaksana@telkomuniversity.ac.id<sup>2</sup>

---

### Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hasil dari Pengaruh *Percieved Usefulness*, *Percieved Ease Of Use*, dan *E-Service Quality* Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Go-Food Pada Umkm di Jalan Sukabirus Sekitar Kawasan Telkom University, dalam penelitian ini terdapat fenomena bahwa pelaku UMKM di Jalan Sukabirus Sekitar Kawasan Telkom University merasakan adanya perkembangan pada usahanya seperti jumlah pesanan atau penjualan yang meningkat dari sebelumnya ketika masih berjualan secara konvensional.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* yaitu *random sampling* dalam penelitian ini menggunakan untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dari populasi peneliti menggunakan rumus yang dikemukakan oleh slovin dengan tingkat kepercayaan yang digunakan 95% dan nilai toleransi 5%, setelah dihitung didapat sampel sebanyak 98 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif serta menggunakan metode uji T.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa penilaian responden yang merupakan 89 orang para pemilik UMKM yang menggunakan fitur layanan Go-Food di daerah Sukabirus desa Citeureup sekitar kawasan Telkom University terhadap variabel independent yaitu *percieved usefulness* berada pada kategori cukup baik, selanjutnya terhadap *percieved ease of use* berada pada kategori cukup dan terhadap variabel *e-service quality* berada pada kategori tinggi atau baik. Selanjutnya pada penilaian terhadap keputusan penggunaan fitur layanan Go-Food di daerah Sukabirus desa Citeureup sekitar kawasan Telkom University berada pada kategori sedang, bahwa keputusan para pengguna yaitu para pemilik UMKM dengan menggunakan fitur layanan Go-Food merupakan keputusan yang cukup tepat.

Berdasarkan hasil penelitian terdapat kesimpulan, Persepsi *percieved usefulness* dari para pemilik UMKM terhadap penggunaan fitur layanan Go-Food di daerah Sukabirus desa Citeureup sekitar kawasan Telkom University cukup baik, persepsi *percieved ease of use* dari para pemilik UMKM terhadap penggunaan fitur layanan Go-Food di daerah Sukabirus desa Citeureup sekitar kawasan Telkom University cukup. Kemudian terdapat saran, pengembangan fitur Go-Food yang dilakukan oleh pihak Gojek hendaknya memperhatikan faktor- faktor yang mempengaruhi proses adopsi fitur Go-Food, pihak internal Gojek, sebaiknya terus mempertahankan dan meningkatkan keyakinan konsumen akan kemanfaatan fitur Go-Food untuk memesan makanan, serta memberikan kesempatan bagi konsumen untuk melakukan transaksi dengan cepat.

**Kata kunci:** *percieved usefulness*, *percieved ease of use*, *e-service quality*, keputusan menggunakan

### Abstract

*This research was conducted to see the results of the influence of Percieved Usefulness, Percieved Ease of Use, and E-Service Quality on the Decision to Use Go-Food Services at UMKM on Sukabirus street around the Telkom University area, in this study there is a phenomenon that MSME actors on Jalan Sukabirus around The Telkom University area feels a development in its business such as the number of orders or sales that have increased from before when it was still selling conventionally.*

*The sampling technique used in this study used a non-probability sampling technique, namely random sampling in this study used to determine the size of the sample taken from the research population using the formula proposed by Slovin with the confidence level used 95% and a tolerance value of 5%, after being calculated obtained a sample of 98 respondents. The data analysis technique used is descriptive analysis technique and using the T test method.*

*Based on the results of the descriptive analysis that has been carried out, it can be seen that the conclusions of the respondents who are 89 MSME owners who use the Go-Food service feature in the Sukabirus*

area of Citeureup village around the Telkom University area on the independent variables which are believed to be useful are in the quite good category. , furthermore, the perceived ease of use is in the sufficient category and the variable of e-service quality is in the high or good category. Furthermore, in the decision on the decision to use the Go-Food service feature in the Sukabirus area of Citeureup village around the Telkom University area, it is in the medium category, that the decision of the user, namely the owner of MSMEs using the Go-Food service feature, is quite the right decision.

Based on the results of the research there is a conclusion, Percieved usefulness perceptions of the owners of MSMEs regarding the use of Go-Food service features in the Sukabirus area of Citeureup village around the Telkom University area are quite good, percieved ease of use perceptions of MSME owners regarding the use of Go-Food service features in the area Sukabirus in Citeureup village around the Telkom University area is sufficient. Then there are suggestions, the development of the Go-Food feature carried out by Go-Jek should pay attention to the factors that affect the Go-Food feature adoption process, Go-Jek internal parties, should continue to maintain and increase consumer confidence in the benefits of the Go-Food feature to order food, and provide opportunities for consumers to make transactions quickly.

**Keywords:** *percieved usefulness, percieved ease of use, e-service quality, decision to use*

## 1. Pendahuluan

Go-Food merupakan salah satu layanan yang ditawarkan Go-Jek yang saat ini menjadi layanan pesan antar terbesar di Indonesia dengan memiliki 550 ribu mitra *merchant* yang terdaftar di aplikasi Go-Jek yang sudah tersebar di 74 Kota di Indonesia dengan 80% mitra merupakan kalangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (gojek.com, 2020).

Berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia (LD FEB UI), perusahaan Go-Jek turut memberikan dampak yang positif terhadap perekonomian di Indonesia. Per akhir tahun 2018, Go-Jek menyumbang sekitar Rp 44,2 Triliun untuk perekonomian Indonesia (gojek.com, 2020).

**TABEL 1.1**  
**JUMLAH UNIT USAHA DI KECAMATAN DAYEUKOLOTTAHUN 2018**

No.	Desa/Kelurahan	Jumlah Warung/Kedai Makanan Minuman (Unit)	Jumlah Toko/Warung Kelontong (Unit)
1.	CANGKUANG KULON	710	270
2.	CANGKUANG WETAN	312	17
3.	PESAWAHAN	415	32
4.	DAYEUKOLOTT	210	98
5.	CITEUREUP	289	12
6.	SUKAPURA	195	74
JUMLAH		2.131	503

*Sumber:* Badan Pusat Statistik Kabupaten Bandung  
(diakses melalui bandungkab.bps.go.id pada 20 agustus 2020)

Data lain yang mendorong penulis untuk melakukan penelitian ini adalah letak lokasi yang mendukung. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Bandung (BPS Kab. Bandung) tahun 2018 pada tabel 1.2, tercatat sejumlah 21.781 jiwa. Serta menurut data Pangkalan Data Pendidikan Tinggi (PDDIKTI) Kemenristekdikti pada tabel 1.3, tercatat jumlah mahasiswa Telkom University 19.561 pada periode 2018/2019 dan meningkat menjadi 21.337 mahasiswa pada periode 2019/2020. Wilayah jalan Sukabirus desa Citeureup yang terletak di sekitar kawasan kampus Telkom University memiliki potensi pangsa pasar yang cukup besar bagi UMKM kuliner yang berada di daerah tersebut.

**TABEL 1. 2**  
**HASIL PRA SURVEY PENGGUNAAN LAYANAN GO-FOOD**

No.	Pertanyaan	Presentase		Total
		Setuju	Tidak Setuju	
1.	( <i>Percieved Usefulness</i> ) Fitur layanan Go-Food memberikan manfaat dalam penggunaannya	67%	33%	100%

2.	( <i>Percieved Ease of Use</i> ) Fitur layanan Go-Food mudah untuk digunakan dan dipahami	57%	43%	100%
3.	( <i>E-Service Quality</i> ) Pelayanan pada fitur layanan Go-Food sesuai dengan harapan pengguna	60%	40%	100%
4.	(Keputusan Penggunaan) Ingin menggunakan fitur layanan Go-Food berkelanjutan	80%	20%	100%

Sumber: Data Diolah Penulis, (2020)

Berdasarkan hasil pra survey yang telah dilakukan oleh penulis, didapatkan hasil 67% pada indikator fitur layanan Go-Food memberikan manfaat dalam penggunaannya. Kemudian pada indikator selanjutnya fitur layanan Go-Food mudah untuk digunakan dan dipahami mendapatkan hasil paling rendah yaitu 57%. Selanjutnya pada indikator pelayanan pada fitur layanan Go-Food sesuai dengan harapan pengguna mendapatkan hasil 60%. Pada indikator terkahir yaitu ingin menggunakan fitur layanan Go-Food berkelanjutan mendapatkan nilai tertinggi sebesar 80%. Dapat disimpulkan bahwa 80% dari 30 responden memiliki keinginan untuk menggunakan layanan tersebut secara berkelanjutan, tetapi terdapat indikator yang meraih hasil rendah yaitu 57% dari indikator kemudahan penggunaan serta 60% pada indikator kualitas layanan elektronik. Dari hasil tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui pengaruh apa saja yang menyebabkan para pemilik UMKM kuliner tersebut masih ingin menggunakan layanan pesan antar Go-Food tersebut untuk berkelanjutan berdasarkan dari dimensi pada tiap variabel independen yang digunakan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh *Percieved Usefulness*, *Percieved Ease of Use*, dan *E-Service Quality* Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Go-Food pada UMKM di Jalan Sukabirus Sekitar Kawasan Telkom University”**.

## 2. Kerangka Teoritis

Jogiyanto (2010:114) *Percieved Usefulness* didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan pekerjaannya.

Menurut Hartono dalam Fatuh (2017:3) *Percieved Ease of Use* didefinisikan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha.

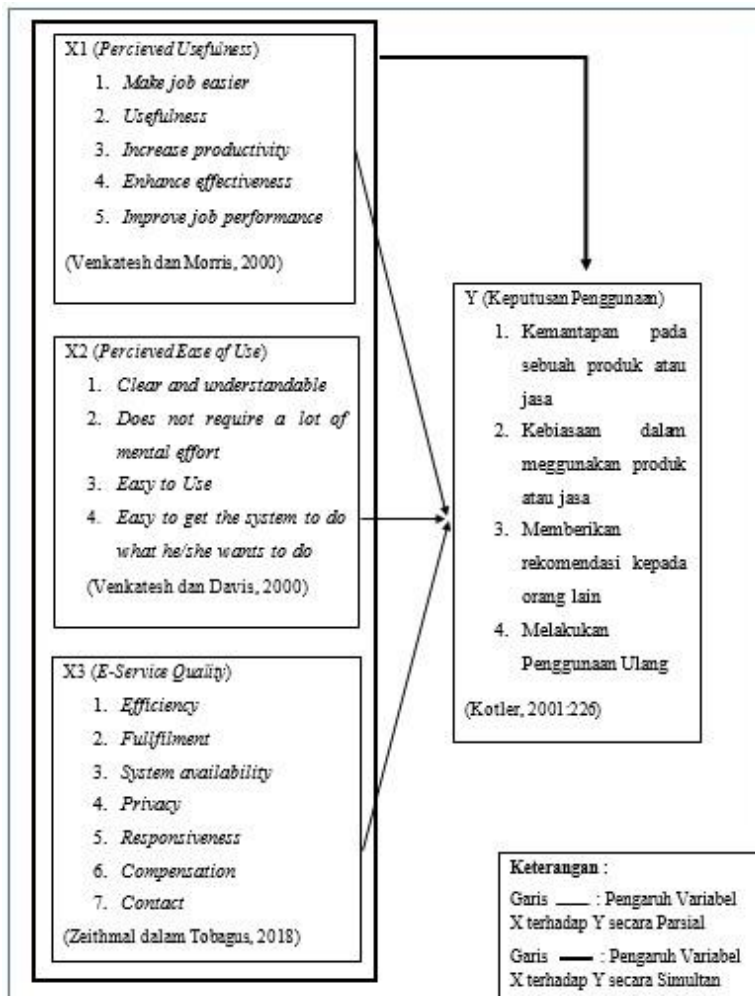
Menurut Lewis and Booms (2017:76) *service quality* (kualitas layanan) adalah ukuran seberapa baik suatu layanan menemui kecocokan dengan harapan pelanggan. Dari dua teori diatas, maka dapat disimpulkan bahwa *service quality* merupakan pelayanan yang berkualitas harus diberikan oleh penjual kepada pembeli

Santos dalam Suwondo (2017), *e-service quality* didefinisikan sebagai penilaian dan evaluasi secara menyeluruh atas kualitas pengantar layanan kepada konsumen di dalam pasar virtual.

Menurut Peter dan Olson (2013) keputusan menggunakan adalah merupakan suatu proses integrasi yang digunakan untuk mengombinasikan pengetahuan dan mengevaluasi dua atau lebih alternatif dan memilih satu diantaranya. Dari beberapa teori diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Keputusan penggunaan merupakan pilihan yang ditentukan oleh konsumen untuk melakukan pembelian.

### 2.1 Kerangka Pemikiran

Kerangka teori pada penelitian ini didasarkan pada konstruk dari *percieved usefulness* (X1), *percieved ease of use* (X2), *e-service quality* (X3) sebagai variabel independen dan Keputusan Penggunaan (Y) sebagai variabel dependen untuk mengetahui pengaruh pada penggunaan layanan Go-Food pada UMKM. Sehingga dari penjabaran diatas dapat digambarkan sebuah kerangka pemikiran pada penelitian ini yaitu Gambar 2.1 berikut:



## 2.2 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:64), hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Di katakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah dikemukakan, dapat diambil hipotesis pada penelitian ini yaitu *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *E-Service Quality* berpengaruh signifikan secara simultan dan parsial terhadap Keputusan Penggunaan layanan Go-Food pada UMKM di Jalan Sukabirus sekitar kawasan Telkom University.

## 3. Metode Penelitian

### 3.1 Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2017:80) "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Target populasi yang dipilih untuk penelitian ini yaitu UMKM yang menggunakan fitur layanan Go-Food di daerah Sukabirus desa Citeureup sekitar kawasan Telkom University. Di desa Citeureup tercatat sejumlah 289 unit usaha warung/kedai makanan minuman.

Menurut Sugiyono (2017:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Pada penelitian ini yang dijadikan data sampel yaitu pengguna fitur layanan gofood dikawasan sukabirus.

Untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dari populasi peneliti menggunakan rumus yang dikemukakan oleh slovin dengan tingkat kepercayaan yang digunakan 95% dan nilai toleransi 5%, sehingga diperoleh, sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N.e^2}$$

Dimana :

n = jumlah sample

N = Jumlah populasi

e = batas toleransi kesalahan (error tolerance) sebesar 5%

Sehingga diperoleh hasil sebagai berikut:

$$n = \frac{289}{(1 + 289 \cdot 0.05^2)}$$

$$n = \frac{289}{3.25}$$

$$n = 88.92$$

n = 88.92 atau 89 UMKM

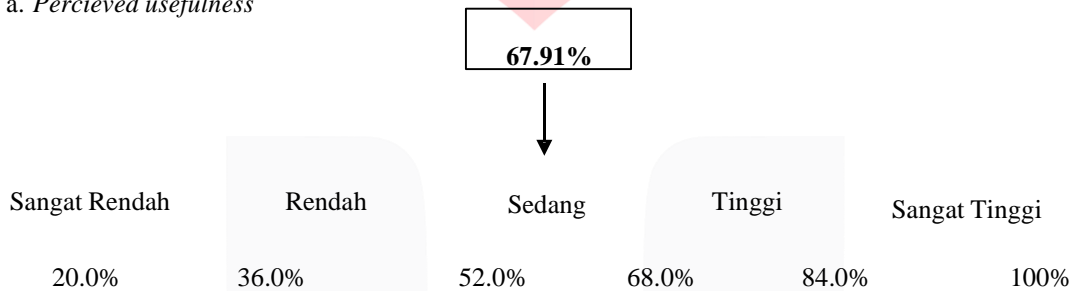
### 3.2 Teknik analisis

- Uji Validitas dan Uji Reabilitas
- Analisis deskriptif
- Uji T
- Uji hipotesis

### 4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Analisis Deskriptif

a. *Perceived usefulness*

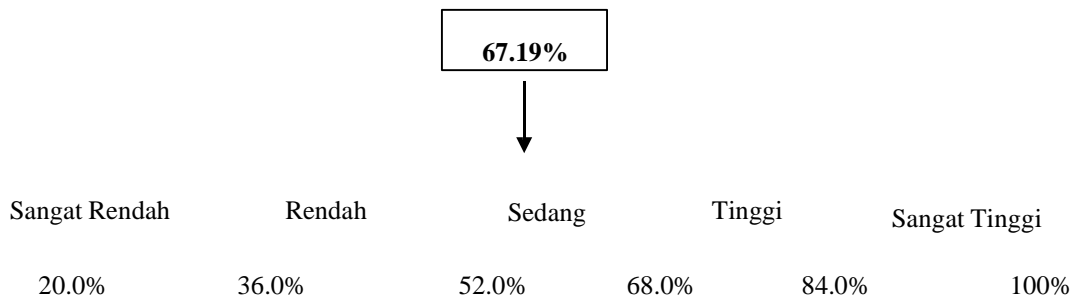


**Gambar 4.5** Garis Kontinum Mengenai *Perceivedusefulness*

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Berdasarkan gambar 4.5 garis kontinum diatas, diperoleh hasil skor persentase mengenai *percieved usefulness* sebesar 67.91%, hasil skor persentase tersebut berada pada kriteria sedang, sehingga dapat dinyatakan bahwa persepsi *percieved usefulness* dari para pemilik UMKM terhadap penggunaan fitur layanan Go-Food di daerah Sukabirus desa Citeureup sekitar kawasan Telkom University cukup baik.

b. *Percieved ease of use*

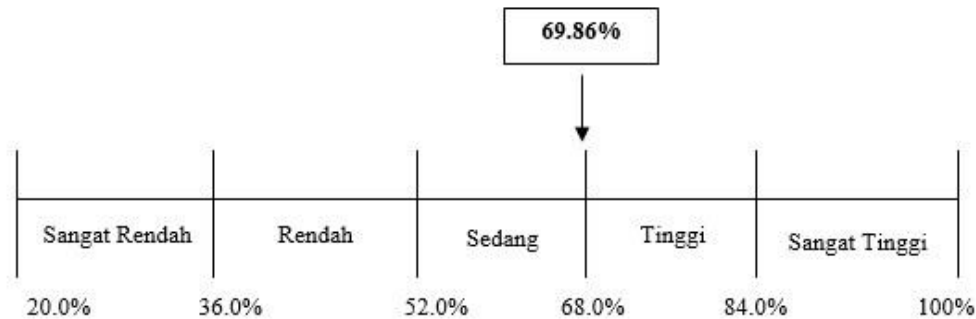


**Gambar 4.6** Garis Kontinum Mengenai *Perceived Ease Of Use*

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

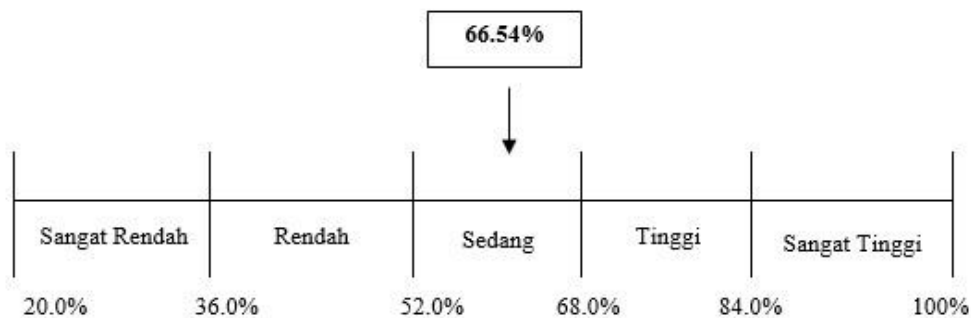
Berdasarkan gambar 4.6 garis kontinum diatas, diperoleh hasil skor persentase mengenai *percieved ease of use* sebesar 67.19%, hasil skor persentase tersebut berada pada kriteria sedang, sehingga dapat dinyatakan bahwa persepsi *percieved ease of use* dari para pemilik UMKM terhadap penggunaan fitur layanan Go-Food di daerah Sukabirus desa Citeureup sekitar kawasan Telkom University cukup.

c. *E service Quality*



Berdasarkan gambar 4.7 garis kontinum diatas, diperoleh hasil skor persentase mengenai *e-service quality* sebesar 69.86%, hasil skor persentase tersebut berada pada kriteria tinggi, sehingga dapat dinyatakan bahwa *e-service quality* terhadap para pengguna UMKM yaitu para pemilik UMKM terhadap penggunaan fitur layanan Go-Food di daerah Sukabirus desa Citeureup sekitar kawasan Telkom University sudah baik.

d. Keputusan Pengguna



Berdasarkan gambar 4.8 garis kontinum diatas, diperoleh hasil skor persentase mengenai keputusan pengguna sebesar 66.54%, hasil skor persentase tersebut berada pada kriteria sedang, sehingga dapat dinyatakan bahwa keputusan para pengguna yaitu para pemilik UMKM dengan menggunakan fitur layanan Go-Food merupakan keputusan yang cukup tepat.

Uji Validitas dan Uji Reabilitas

a. Uji Validitas

TABEL 4.1  
UJI VALIDITAS

Variabel

	No Item	Rhitung	Rtabel	Kesimpulan
<i>Percieved Usefulness</i> X1	P1	0.535	0.213	Valid
	P2	0.690	0.213	Valid
	P3	0.566	0.213	Valid
	P4	0.474	0.213	Valid
	P5	0.461	0.213	Valid
	P6	0.695	0.213	Valid
	P7	0.498	0.213	Valid
	P8	0.533	0.213	Valid
	P9	0.549	0.213	Valid
	P10	0.407	0.213	Valid

<i>Percieved Ease of Use</i> X2	P1	0.800	0.213	Valid
	P2	0.598	0.213	Valid
	P3	0.799	0.213	Valid
	P4	0.438	0.213	Valid
	P5	0.607	0.213	Valid
	P6	0.432	0.213	Valid
	P7	0.801	0.213	Valid
	P8	0.460	0.213	Valid
<i>E-Service Quality</i> X3	P1	0.543	0.213	Valid
	P2	0.615	0.213	Valid
	P3	0.542	0.213	Valid
	P4	0.445	0.213	Valid
	P5	0.444	0.213	Valid
	P6	0.701	0.213	Valid
	P7	0.688	0.213	Valid
	P8	0.480	0.213	Valid
	P9	0.634	0.213	Valid
	P10	0.672	0.213	Valid
	P11	0.587	0.213	Valid
	P12	0.501	0.213	Valid
	P13	0.597	0.213	Valid
	P14	0.623	0.213	Valid
Keputusan Penggunaan Y	P1	0.646	0.213	Valid
	P2	0.706	0.213	Valid
	P3	0.726	0.213	Valid
	P4	0.765	0.213	Valid
	P5	0.754	0.213	Valid
	P6	0.682	0.213	Valid
	P7	0.696	0.213	Valid
	P8	0.768	0.213	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Berdasarkan tabel 4.1 diatas hasil uji validitas, diperoleh hasil bahwa seluruh item pertanyaan pada keempat variabel memiliki nilai rhitung yang lebih besar dari rtabel 89 responden sebesar 0.213, sehingga didapatkan disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan pada masing-masing variabel dapat dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

TABEL 4.2  
UJI RELIABILITAS

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Nilai Kritis	Kesimpulan
<i>Percieved Usefulness</i> X1	0.732	0.600	Reliabel
<i>Percieved Ease of Use</i> X2	0.762	0.600	Reliabel
<i>E-Service Quality</i> X3	0.846	0.600	Reliabel
Keputusan Penggunaan Y	0.866	0.600	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, dapat diketahui bahwa seluruh variabel memiliki nilai koefesien realibilitas *cronbach alpha* >0.600, sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini reliabel.

#### 4.4.1 Normalitas

TABEL 4.7  
UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		89
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.06173804
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.056
	Negative	-.075
Test Statistic		.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, diperoleh hasil signifikansi (*asympt. sig. (2-tailed)*) pada hasil uji normalitas dengan uji kolomogorov-smirnov sebesar 0.200, dikarenakan hasil signifikansi (*asympt. sig. (2-tailed)*) sebesar  $0.200 > 0.05$ , maka dapat dinyatakan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi secara normal.

#### 4.4.2 Uji Parsial (Uji T)

Uji Parsial digunakan untuk melihat apakah variabel independen (X) berpengaruh secara tunggal terhadap variabel dependen (Y). Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan perbandingan nilai thitung dan ttabel yang diukur berdasarkan *rule of thumb*.

TABEL 4.11  
UJI T (UJI PARSIAL)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	-6.211	1.644		-3.777	.000	
	<i>Perceived Usefulness</i>	.215	.069	.207	3.118	.002
	<i>Perceived Ease of Use</i>	.536	.077	.463	6.919	.000
	<i>E-Service Quality</i>	.248	.050	.346	4.947	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Berdasarkan tabel 4.11 diatas, maka dipeeroleh hasil pengujian masing-masing variabel independent terhadap variabel dependent sebagai berikut:

##### a. Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap Keputusan Penggunaan

Pada pengaruh *perceived usefulness* terhadap keputusan penggunaan, diperoleh hasil thitung sebesar 3.118 dengan signifikansi (*pvalue*) sebesar 0.002, dikarenakan hasil thitung < ttabel ( $3.118 > 1.988$ ) dan signifikansi (*pvalue*)  $0.002 < 0.05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga dapat dinyatakan bahwa adanya pengaruh *perceived usefulness* terhadap keputusan penggunaan layanan Go-Food pada UMKM di Jalan Sukabirus Sekitar Kawasan Telkom University.

##### b. Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap Keputusan Penggunaan

Pada pengaruh *perceived ease of use* terhadap keputusan penggunaan, diperoleh hasil thitung sebesar 6.919 dengan signifikansi (*pvalue*) sebesar 0.000, dikarenakan hasil thitung < ttabel ( $6.919 > 1.988$ ) dan signifikansi (*pvalue*)  $0.000 < 0.05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga dapat dinyatakan bahwa adanya pengaruh *perceived ease of use* terhadap keputusan penggunaan layanan Go-Food pada UMKM di Jalan Sukabirus Sekitar Kawasan Telkom University.

##### c. Pengaruh *E-Service Quality* terhadap Keputusan Penggunaan

Pada pengaruh *e-service quality* terhadap Keputusan Penggunaan, diperoleh hasil thitung sebesar 4.947 dengan signifikansi (*pvalue*) sebesar 0.000, dikarenakan hasil thitung < ttabel ( $4.947 > 1.988$ ) dan signifikansi (*pvalue*)  $0.000 < 0.05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga dapat dinyatakan bahwa adanya pengaruh *e-service quality* terhadap keputusan penggunaan layanan Go-Food pada UMKM di Jalan Sukabirus Sekitar Kawasan Telkom University.



#### 4.4.3 Uji F (Uji Simultan)

Uji F atau uji simultan digunakan untuk menunjukkan keseluruhan variabel independen yang memiliki pengaruh secara bersamaan terhadap variabel dependen, kegunaan uji f ini untuk menguji apakah variabel *percieved usefulness* (X1), *percieved ease of use* (X2), *e-service quality* (X3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan (Y) secara simultan.

TABEL 4.12  
UJI f (UJI SIMULTAN)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1857.670	3	619.223	140.707	.000 <sup>b</sup>
	Residual	374.067	85	4.401		
	Total	2231.737	88			

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan  
b. Predictors: (Constant), *E-Service Quality*, *Percieved Usefulness*, *Percieved Ease of Use*

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Berdasarkan tabel 4.12 diatas hasil uji f (uji simultan), diperoleh hasil fhitung sebesar 140.707 dengan signifikansi (*pvalue*) sebesar 0.000, dikarenakan hasil fhitung >ftabel (140.707 > 2.709) dan signifikansi (*pvalue*) 0.000 < 0.05, maka Ho ditolak dan Ha diterima, sehingga dapat dinyatakan bahwa *percieved usefulness* (X1), *percieved ease of use* (X2), *e-service quality* (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan (Y) layanan Go-Food pada UMKM di Jalan Sukabirus Sekitar Kawasan Telkom University.

#### 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh *percieved usefulness*, *percieved ease of use*, dan *e-service quality* terhadap keputusan penggunaan layanan Gofood Pada UMKM di Jalan Sukabirus Sekitar Kawasan Telkom University, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh *percieved usefulness* dari para pemilik UMKM terhadap penggunaan fitur layanan Go-Food di daerah Sukabirus desa Citeureup sekitar kawasan Telkom University cukup baik.
2. Pengaruh *percieved ease of use* dari para pemilik UMKM terhadap penggunaan fitur layanan Go-Food di daerah Sukabirus desa Citeureup sekitar kawasan Telkom University cukup baik.
3. Pengaruh *E-service quality* terhadap para pengguna UMKM yaitu para pemilik UMKM terhadap penggunaan fitur layanan Go-Food di daerah Sukabirus desa Citeureup sekitar kawasan Telkom University sudah baik.
4. Keputusan para pengguna yaitu para pemilik UMKM dengan menggunakan fitur layanan Go-Food merupakan keputusan yang cukup tepat.
5. *Percieved usefulness*, *percieved ease of use* dan *e-service quality* memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap keputusan penggunaan fitur layanan Go-Food di daerah Sukabirus desa Citeureup sekitar kawasan Telkom University, hal ini dikarenakan hasil thitung pada masing-masing variabel > dari nilai t tabel dan signifikansi (*pvalue*) < 0.05, maka Ho ditolak dan Ha diterima.
6. *Percieved usefulness*, *percieved ease of use* dan *e-service quality* memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap keputusan penggunaan fitur layanan Go-Food di daerah Sukabirus desa Citeureup sekitar kawasan Telkom University, hal ini dikarenakan hasil fhitung >ftabel (140.707 > 2.709) dan signifikansi (*pvalue*) 0.000 < 0.05, maka Ho ditolak dan Ha diterima.

#### Referensi

- [1] Davis, F. D. (1989). *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*. MIS Quarterly, 13(3), 319-340.
- [2] Fatuh, M., & Widyastuti, W. (2017). *Pengaruh Promosi Penjualan, Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness Terhadap Keputusan Menggunakan Transportasi Online (Studi pada Pengguna Uber di Surabaya Pusat)*. Jurnal Ilmu Manajemen (JIM), 5(4).
- [3] Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of marketing* (15. ed., global ed). Boston: Pearson.
- [4] Lovelock, C. H., & Wirtz, J. (2011). *Services marketing: people, technology, strategy*. Boston: Prentice Hall

- [5] Mahanani, E., & Sari, B. (2019). *Pengaruh Perceived Ease of Use, Word of Mouth dan Service Quality Terhadap Keputusan Penggunaan Grab. IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 3(1), 9-17.
- [6] Schiffman, L., Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku konsumen. Edisi 7. Jakarta: Indeks*.
- [7] Suhir, M., & Suyadi, I. Riyadi. (2014). *Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian secara Online. Jurnal Administrasi Bisnis*, 8, 1-10.
- [8] Tifani, L. F. A., & Siti, N. A. (2020). *Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Menggunakan Fitur Go-Food dalam Aplikasi Gojek. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 2(2).
- [9] Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). *A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. Management science*, 46(2), 186-204.
- [10] Zeithaml, V. A., Bitner, M. J. and Gremler, D. D. (2009), *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm, 5th edition*, New York: McGraw-Hill.