



# International Journal Administration, Business & Organization

E-ISSN 2721-5652

Available at <https://ijabo.a3i.or.id>

International Journal Administration, Business and Organization, Vol. 2 (1), 2021: 44-53

## Analysis of the Effect of Using Food Delivery Services Applications on the Sales of SMEs During the COVID-19 Pandemic (Study in Bandung City)

## Analisis Pengaruh Penggunaan Aplikasi *Food Delivery Services* Terhadap Penjualan UKM Di Masa Pandemi COVID-19 (Studi Pada Kota Bandung)

Alinda Devi Sofia<sup>1</sup>, Septhara Adhityo Rohman<sup>2</sup>, Harmon Chaniago<sup>3</sup>  
Program Studi D III Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Bandung

### ABSTRACT

*The COVID-19 pandemic that is currently striking has forced some businesses to reduce their business activities and some even have to close their businesses. One of the businesses that is directly affected is the culinary field of Small and Medium Enterprises. However, the application of food delivery services is like an oasis for business people, people still use this service to fulfil their needs. The purpose of this study was to see how much influence the use of food delivery services applications for Small and Medium Enterprises during the COVID-19 pandemic. The method used in simple linear regression analysis.*

*Keywords: SMEs, Food Delivery Services Application, Sales Increase*

### ABSTRAK

Pandemi COVID-19 yang sedang melanda saat ini membuat sebagian usaha harus mengurangi kegiatan usahanya bahkan ada yang harus menutup usahanya. Salah satu usaha yang terdampak langsung adalah Usaha Kecil Menengah bidang kuliner. Namun adanya aplikasi *food delivery services* seperti menjadi angin segar bagi para pelaku usaha, masyarakat masih menggunakan jasa ini untuk memenuhi kebutuhannya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat seberapa besar pengaruh dari penggunaan aplikasi *food delivery services* pada Usaha Kecil Menengah saat pandemi COVID-19 berlangsung. Metode yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana.

Kata Kunci: UKM, Aplikasi *Food Delivery Services*, Peningkatan Penjualan

## 1. PENDAHULUAN/LATAR BELAKANG

Ekonomi merupakan aspek yang terkena dampak cukup besar selain aspek kesehatan. Dampak yang dirasakan di Indonesia mulai dari kinerja pasar modal yang turun, angka pengangguran yang naik, kemiskinan bertambah, dan dunia usaha yang merugi. Kondisi ini jelas membuat produksi para pelaku usaha pun menurun, diperparah dengan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang mewajibkan masyarakat yang tidak memiliki kepentingan untuk berdiam diri di rumah.

Effendi Haslim Hong, yang mengajar di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unika Atma Jaya mengakui bahwa pandemic COVID-19 telah mempengaruhi segala aspek kehidupan manusia terutama dibidang ekonomi. Penerapan PSBB yang dilakukan pemerintah mengakibatkan sebagian besar orang melakukan kegiatan sehari-hari didalam rumah entah itu bekerja maupun sekolah. Pengaruh pandemic ini tidak hanya terasa di sisi pekerjaan saja, pengaruh ini dirasakan juga oleh semua orang yang sebagian besar adalah konsumen.

Menurut Effendi di siaran resmi pada jumat (8/5/2020) ada tiga tren konsumen yang baru akibat pandemic COVID-19. Pertama, akibat dari *social distancing*, konsumen yang asalnya melakukan transaksi pembelian tatap muka harus beralih menjadi *online*. Banyak toko dan restoran tutup dan mengharuskan konsumen melakukan pemesanan via online. Beberapa kebutuhan yang diperlukan seperti perlengkapan sehari-hari, makanan, pakaian, perlengkapan kesehatan dan sebagainya mereka harus beli secara online, atau *home delivery*. Pembelian makanan di restoran ini dilakukan melalui *delivery order* atau via ojek online yang menjadi kebiasaan baru dan diprediksi akan berlangsung cukup lama.

Kedua, dengan adanya *social distancing* juga konsumen yang menganggap bahwa dirinya adalah introvert akan semakin menikmati gaya hidup yang disebut *cocooning*. Istilah tersebut diperkenalkan oleh Futurist Faith Popcorn yang mana berarti seseorang menikmati hidup dalam kesendirian dan menjauhi dengan orang lain secara langsung, bias diibaratkan seperti ulat kepompong yang membuat serat sutra untuk membungkus dirinya sendiri.

Ketiga, kepedulian terhadap gaya hidup sehat akan semakin tinggi. Banyak Negara di dunia akan semakin memperhatikan mengenai gaya hidup yang sehat dan menjaga batas dengan baik. Hal ini dilakukan untuk meminimalisir terhindarnya pandemic yang lain. Dalam tingkat individu, kepedulian terhadap kesehatan jiwa dan raga akan semakin tinggi. Banyak orang mengkonsumsi makanan sehat, minuman sehat, suplemen dan vitamin, melakukan olahraga dan meditasi.

Kebijakan ini membuat para pelaku usaha untuk beradaptasi dan bertahan di tengah pandemi. Ada yang mulai membatasi jam buka usaha hingga gulung tikar karena sepiya pelanggan. Namun seiring dengan kemajuan teknologi yang semakin pesat, terdapat banyak aplikasi yang dapat memudahkan untuk memenuhi kebutuhan manusia. Seperti *food delivery services* yang terdapat pada aplikasi ojek online.

Terjadi perilaku perubahan masyarakat dengan terbiasanya berkegiatan di rumah, salah satunya memesan makanan yang aman dan terjamin kebersihannya melalui aplikasi yang terdapat fitur *food delivery services*. Hal ini membuat pelaku usaha tetap menjalankan usahanya di masa pandemi dan juga membantu

para ojek online mendapatkan penghasilan, karena kebijakan yang membuat mereka harus berhenti sementara untuk mengantar-jemput penumpang.

## **2. KAJIAN LITERATUR/TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1. UKM (Usaha Kecil Menengah)**

Pengertian UKM adalah suatu jenis kegiatan bisnis yang dijalankan dengan skala kecil atau menengah dan bukan bagian dari anak perusahaan. Usaha kecil ini memiliki pendapatan kurang dari 200 juta dan memiliki jumlah karyawan kurang dari 20 orang.

Di Indonesia sendiri yang menjadikan UKM berkembang terdapat beberapa kriteria yang harus diperhatikan yakni:

1. *Livelihood Activities*: Merupakan usaha kecil menengah bertujuan membuka kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sector informal.
2. *Micro Enterprise*: Merupakan usaha kecil menengah yang mempunyai sifat pengraji tetapi belum memiliki sifat wirausaha.
3. *Small Dynamic Enterprise*: merupakan usaha kecil menengah yang mana terdapat jiwa kewirausahaan yang dapat menerima pekerjaan yang bersifat subkontrak dan ekspor.
4. *Fast Moving Enterprise*: merupakan usaha kecil menengah yang dengan jiwa kewirausahaan yang baik sehingga dapat berkembang menjadi usaha besar.

### **2.2 Aplikasi**

Aplikasi adalah perangkat lunak yang dirancang untuk memproses data yang berfungsi untuk tujuan tertentu. Biasanya aplikasi juga dapat digabungkan dengan perangkat tertentu yang dapat memunculkan makna baru sehingga dapat menangani suatu masalah tertentu. Dikaman serba canggih seperti sekarang ini, terdapat istilah Aplikasi Mobile.

Aplikasi mobile berasal dari kata *application dan mobile.Application* yang artinya penerapan, lamaran, penggunaan (Buyens, 2001). Sehingga aplikasi menurut istilahnya yang berarti Perangkat lunak yang dirancang untuk menjalankan suatu fungsi bagi pengguna atau aplikasi yang lain. Sedangkan mobile dapat diartikan sebagai perpindahan dari suatu tempat ke tempat yang lain. Mobile sendiri mengandung arti bergerak atau berpindah. Sehingga aplikasi mobile adalah aplikasi yang dapat berjalan di perangkat lunak. Dengan menggunakan aplikasi mobile, dapat dengan mudah melakukan berbagai macam aktivitas mulai dari hiburan, berjualan, belajar, mengerjakan pekerjaan kantor, browsing dan lain sebagainya (Rangsang Purnama, 2010).

Sehingga dapat disimpulkan bahwa aplikasi mobile adalah sebuah perangkat lunak yang dirancang untuk melakukan suatu kegiatan yang dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja yang dalam pengopersiannya dapat berjalan melalui perangkat mobile. Melalui aplikasi mobile, pengguna dapat dengan mudah mengakses sejumlah informasi yang penting melalui handphone atau smartphone yang sudah terkoneksi dengan internet.

Keunggulan dari aplikasi mobile adalah dapat memberikan kemudahan bagi para pengguna untuk mendapatkan informasi terbaru secara portable dimana pun

dan kapan pun selama pengguna perangkat mobile berada pada area yang terjangkau oleh internet.

Manfaat yang lain dari aplikasi mobile ini adalah mempermudah proses pemasaran bagi pelaku usaha. Pelaku usaha dapat dengan mudah untuk memasarkan produknya menggunakan aplikasi mobile. Produk-produk mereka dapat dengan mudah di tampilkan dan dipromosikan. Pelaku usaha pun bisa mendesain tampilan aplikasi penjualannya juga dapat mengatur harga dari produk mereka.

Tidak hanya pelaku usaha konsumen pun bisa dengan mudah menemukan produk yang mereka ingin kan menggunakan aplikasi mobile. Seperti contohnya adalah pemesanan makanan secara online. Dikala pandemic yang masih berkelanjutan memesan makanan atau barang secara online merupakan solusi yang tepat tanpa takut untuk keluar rumah. Banyak produk yang dipasarkan didalam aplikasi mobile tersebut.

### **2.3 Food Delivery Services**

Berdasarkan penelitian (Indra Hermawan & Dian Ade Kurnia, 2014), pengertian pemesanan adalah proses, pembuatan, cara memesan atau memesankan. Istilah *booking* sama artinya dengan pemesanan. Menurut Nuraida (2008) Pemesanan barang merupakan tahapan dalam transaksi yang memberikan serangkaian daftar barang dan jumlah yang diminta kepada penyedia barang tersebut. Pemesanan merupakan kegiatan yang melampirkan sejumlah daftar barang/jasa yang diminta beserta jumlah atau kriteria kepada pihak yang menyediakan barang/jasa tersebut (Hery, 2015:165).

Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa pemesanan barang adalah suatu kegiatan transaksi yang melampirkan serangkaian daftar barang/jasa yang telah diminta untuk dikirimkan kepada pihak yang membutuhkan. Dalam transaksi jual beli ada pula kegiatan pemesanan jasa. Salah satunya adalah layanan pengiriman makanan. Pengertian jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (Kotler, 2009:6).

Sehingga pengiriman jasa makanan adalah layanan kurir yang diberikan oleh restoran, toko, atau perusahaan makanan yang berfungsi untuk mengirimkan makanan atau produk ke pelanggan yang memesan. Pemesanan makanan biasanya dilakukan melalui restoran, situs web, telepon toko, atau bahkan bisa dengan aplikasi. Produk yang akan dikirim dapat berupa makanan pembuka, makanan pendamping, minuman, makanan penutup, atau bahan makanan dan biasanya dikirim dalam kotak atau tas. Petugas pengirim barang biasanya akan mengirimkan barang menggunakan transportasi seperti mobil, tetapi di kota-kota besar di mana rumah dan restoran berdekatan, mereka dapat menggunakan sepeda atau skuter bermotor.

Pelanggan dapat melakukan pembayaran secara *online* atau secara langsung, dengan uang tunai atau melalui kartu kredit. Biaya pengiriman tarif tetap dan sering kali dibebankan dengan apa yang telah dibeli oleh pelanggan dan biasanya terdapat tarif lebih untuk pembayaran jasa pengiriman. Terkadang juga tidak ada biaya pengiriman yang dibebankan tergantung pada situasinya. Tip sering menjadi kebiasaan konsumen yang diberikan untuk petugas dalam mengirimkan pesanan yang telah dipesan. Pengiriman nirsentuh juga bisa menjadi pilihan.

Adanya layanan ini merubah perilaku belanja masyarakat dari konvensional ke elektronik. Fenomena tersebut terekam data pertumbuhan konsumsi rumah tangga pada tahun 2018. Badan Pusat Statistik mencatat terjadi perlambatan pertumbuhan komponen makanan dan minuman selain restoran. Angkanya turun dari 5,36 dan pada 2017 menjadi 4,81 secara tahunan pada 2018.

Sejumlah aplikasi menawarkan jasa pesan antar makanan. Mereka bekerja sama dengan berbagai *merchant* salah satunya UMKM kuliner dan mengantarkan produknya ke konsumen. Aplikasi terbesar pada saat ini adalah Go-Food dari Gojek dan GrabFood dari Grab.

Layanan GrabFood telah menggandeng ratusan ribu mitra di 178 kota di Indonesia. Selain di Indonesia, GrabFood hadir di negara lain yang menjadi cakupan Grab, yakni Singapura, Malaysia, Thailand, Filipina, dan Vietnam.

Sementara itu, layanan pesan-antar makanan milik Gojek yaitu Go-Food sudah merangkul 800 ribu mitra di Indonesia. Total transaksi Go-Food mencapai US\$ 2 miliar sepanjang 2018. Dengan begitu, Gojek mengklaim Go-Food sebagai layanan pesan-antar makanan terbesar di Asia Tenggara.

### 3. METODOLOGI

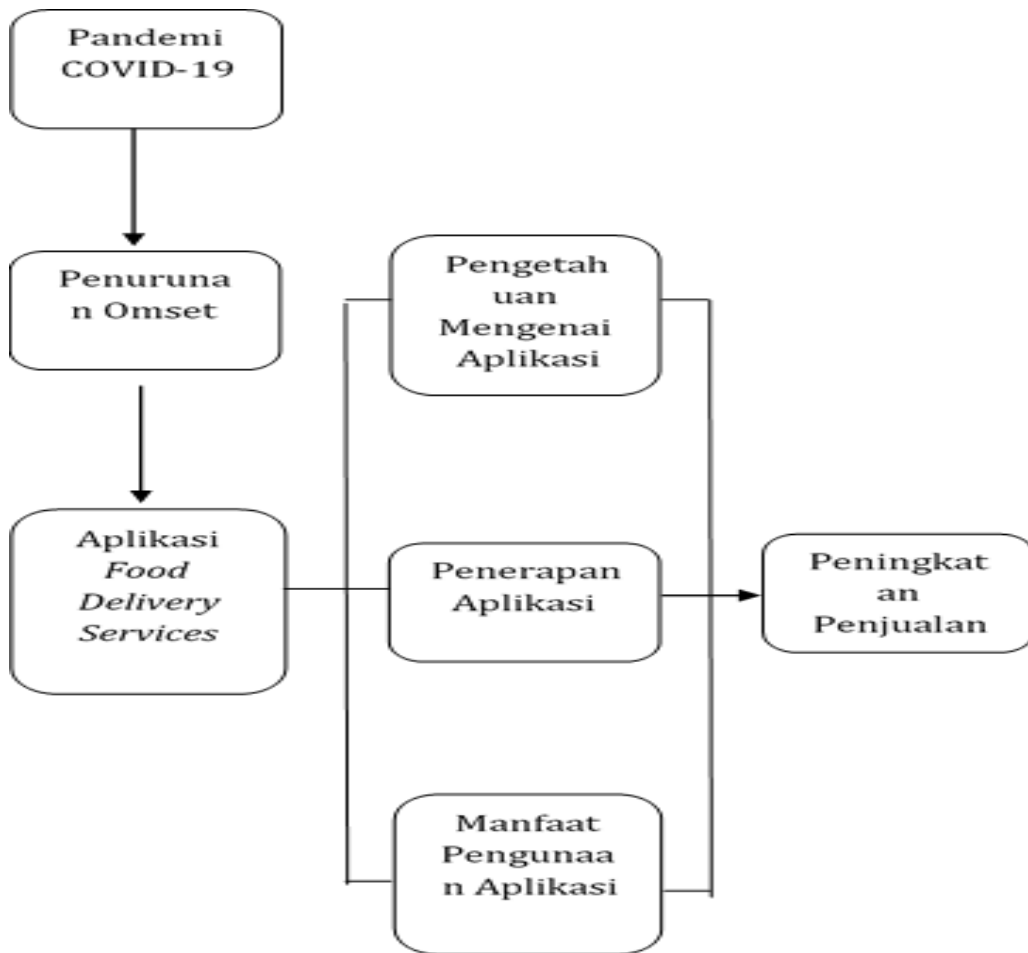
Metode penelitian adalah metode untuk mengumpulkan data sehingga dapat memecahkan permasalahan yang diajukan dalam sebuah penelitian. Cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Pengertian cara ilmiah adalah kegiatan penelitian yang didasari dengan adanya ciri-ciri keilmuan seperti rasional, empiris dan sistematis. Rasional adalah kegiatan penelitian yang dilakukan menggunakan beberapa cara yang masuk di akal, sehingga dapat diterima oleh penalaran manusia. Pengertian Empiris adalah suatu cara yang dilakukan pada suatu penelitian yang dapat diamati oleh indra manusia sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan. Sistematis artinya proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis (Sugiyono, 1999:1).

Dalam penelitian ini metode yang kami gunakan adalah metode deskriptif kuantitatif yang merupakan metode untuk meneliti status sekelompok manusia, objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Menurut Nazir (1988: 63) dan menurut Nana Sudjana & Ibrahim (2001) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang didasari pada asumsi, kemudian ditentukan variabel, dan selanjutnya dianalisis dengan menggunakan metode-metode penelitian yang valid, terutama dalam penelitian kuantitatif.

Penelitian ini menggunakan dua variabel yakni:

1. *Variabel Independen* yang merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lainnya dan yang menjadi sebab perubahan. Dalam penelitian ini *variabel independennya* adalah Aplikasi *Food Delivery Services*.
2. *Variable Dependent* (Variable Terikat) dimana variable ini merupakan variabel yang dipengaruhi. Dalam penelitian ini *variabel dependennya* adalah Penjualan UKM.

### 3.1. Kerangka Penelitian



### 3.2. Data dan Sumber Data

Penelitian yang kami lakukan menggunakan data primer yang mana data yang kami dapatkan berasal dari responden yang didapatkan dari pengisian kuesioner yang sudah disebarakan kepada pengguna Aplikasi Food Delivery Service di Kota Bandung.

### 3.3. Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian kami adalah seluruh konsumen dari UKM yang menggunakan Aplikasi Food Delivery Services di Kota Bandung. Dikarenakan besarnya jumlah populasi, maka dari itu kami mengambil sample dari jumlah keseluruhan populasi.

Menurut Sugiyono (2011 : 81) sample adalah bagaian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki dari populasi tersebut. Pengambilan sample yang kami lakukan menggunakan metode sample slovin. Metode slovin yaitu sebuah metode atau rumus untuk menghitung jumlah sample jika jumlah total populasi tidak diketahui secara pasti. Berikut adalah metode Slovin:

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

Dengan Keterangan:

$n$  = Ukuran sampel

$d$  = Persentase toleransi ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel sebesar 10%

$N$  = Jumlah Populasi

Jadi:

$$n = \frac{300000}{300000(0,1)^2 + 1}$$
$$n = \frac{300000}{3001}$$

$n = 99,9667$  atau  $n = 100$

Dari perhitungan diatas, kami memprediksi jumlah populasinya sekitar 300.000 sehingga dapat diambil sample menggunakan metode slovin yakni sebesar 100 responden. Untuk menjaga segala kemungkinan yang akan terjadi sampel dinaikkan 20%, sehingga total sampel yaitu sebanyak minimum 120 responden.

## 4. TEKNIS ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

### 4.1. Teknis Pengumpulan Data

Teknik pengambilan data yang digunakan oleh peneliti adalah analisis deskriptif kuantitatif yang membutuhkan data dari melalui kuesioner. Teknik pengumpulan data adalah suatu langkah yang dinilai strategis dalam penelitian, karena mempunyai tujuan yang utama dalam memperoleh data (Sugiyono, 2016:193).

Teknik pengumpulan data juga dapat dijelaskan menurut Riduawan (2010:51) yaitu merupakan salah satu metode yang ada di dalam pengumpulan data dengan menggunakan teknik atau cara yang digunakan oleh para peneliti untuk mengumpulkan data. Adapun pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner memiliki skala penilaian satu sampai lima.

Alternatif Jawaban	Angka
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

### 4.2. Teknis Analisis Data

Teknis analisis data yang kami gunakan menggunakan analisis data Regresi Linear Sederhana dilakukan dengan menggunakan persamaan sebagai berikut:

$$Y_{\text{Penjualan UKM}} = \alpha + \beta X$$

Dimana  $Y_{\text{Penjualan UKM}}$  adalah variabel terikat yakni Penjualan UKM (dependent).  $X$  adalah variabel bebas (Independent).

Teknik analisis data ini bertujuan untuk menguji sejauh mana keterkaitan antara Variabel Bebas ( $X$ ) terhadap Variabel Terikat ( $Y$ ) atau mengetahui sejauh mana hubungan antara Faktor Penyebab ( $X$ ) terhadap Faktor Akibat ( $Y$ ).

### 4.3. Hasil Penelitian dan Pembahasan

#### 1. Uji Reliabilitas

Menurut pengertiannya reliabilitas menurut Sudjana (2005:16) reliabilitas alat penilaian adalah ketepatan atau keajegan alat tersebut dalam menilai apa yang dinilai. Hasil yang diberikan relatif sama kapan pun alat penilaian itu digunakan. Menurut Suryana (2000), reliabilitas adalah alat ukur menunjuk kepada sejauh mana perbedaan-perbedaan skor perolehan mencerminkan perbedaan atribut yang sebenarnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa reliabilitas adalah suatu ketepatan atau keakuratan dari suatu alat ukur dalam melakukan suatu pengukuran.

Data dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* > 60 jika <60 maka data tersebut tidak reliabel.

Berdasarkan hasil yang sudah di uji pada SPSS maka diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebagai berikut:

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.624	.630	6

Berdasarkan analisis diatas dapat dilihat bahwa, variable Penggunaan Aplikasi *Food Delivery Service* diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,624 yang berarti variable ini dinyatakan reliabel.

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.616	.636	6

Berdasarkan analisis data diatas dilihat bahwa, variabel Penjualan UKM diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,616 yang berarti variable ini dinyatakan reliabel.

#### 2. Uji Regresi Linear Sederhana

Pengujian ini bertujuan untuk membuktikan bahwa ada tidaknya pengaruh Penggunaan *Food Delivery Service* Terhadap Penjualan UKM Di Masa Pandemi COVID-19 di Kota Bandung. Adapun hasil pengujian hipotesis sebagai berikut:



Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.823	1.718		3.390	.001
	Penggunaan Aplikasi	.688	.068	.660	10.158	.000
a. Dependent Variable: Penjualan UKM						

Dari hasil analisis dapat diketahui persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = 5.823 + 0,688X$$

Pada persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa:

- Angka konstan dari *Unstandardized Coefficients*, bernilai sebesar 5,823. Yang dapat diartikan bahwa jika tidak adanya Penggunaan Aplikasi (X) maka nilai Penjualan UKM (Y) adalah sebesar 5,823.
- Angka koefisien regresi bernilai 0,688. Yang dapat diartikan bahwa setiap penambahan 1% Penggunaan Aplikasi (X) maka nilai Penjualan UKM (Y) akan meningkat sebanyak 0,688.

Pada data diatas dapat disimpulkan bahwa nilai koefisien regresi bernilai (+), maka dapat dikatakan bahwa Penggunaan Aplikasi Food Delivery Services (X) berpengaruh positif terhadap Penjualan UKM (Y). Sehingga persamaan regresinya adalah  $Y = 5.823 + 0,688X$

### 3. Pengujian Signifikansi Regresi

Berdasarkan tabel diperoleh data statistik dari Uji T untuk variabel Penggunaan Aplikasi  $t = 10.158$  dengan signifikansi 0.000, yang dapat diartikan bahwa signifikansinya lebih kecil dari 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ), dan juga koefisien regresi memiliki nilai positif sebesar 0.688, sehingga dapat disimpulkan bahwa "Pengaruh Aplikasi Food Delivery Services Terhadap Penjualan UKM" **Terbukti**.

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas mengenai pengaruh penggunaan aplikasi *food delivery services* terhadap peningkatan penjualan UKM di masa pandemi Covid-19, maka dapat disimpulkan bahwa:

Terdapat pengaruh yang cukup besar antara penggunaan aplikasi *food delivery services* terhadap penjualan UKM di Kota Bandung yang ditunjukkan pada hasil uji regresi linear sederhana, berdasarkan angka konstan dari *Unstandardized Coefficients*, yang bernilai sebesar 5,823 dapat diartikan bahwa jika tidak adanya Penggunaan Aplikasi (X) maka nilai Penjualan UKM (Y) adalah sebesar 5,823. Angka koefisien regresi bernilai 0,688. Yang yang berartikan bahwa setiap penambahan 1% Penggunaan Aplikasi (X) maka nilai Penjualan UKM (Y) akan meningkat sebanyak 0,688. Nilai koefisien regresinya pun bernilai

(+), maka dapat dikatakan bahwa Penggunaan Aplikasi Food Delivery Services (X) berpengaruh positif terhadap Penjualan UKM (Y).

Walaupun di masa pandemi Covid-19 ini masyarakat tetap menggunakan aplikasi *food delivery services*, bukan hanya karena mendapat arahan dari pemerintah untuk melakukan pembatasan jarak saja. Hal ini membuat UKM selaku pelaku usaha tetap mendapatkan penghasilan walaupun tidak sebanyak pada kondisi normal.

## Daftar Pustaka

- Andrew, Sudhir. 2009. *Sales & Marketing: A Textbook for Hospitality Industry*. New Delhi: Tata McGraw Hill Education Private Limited. Arikunto, Suharsimi. 2010.
- Arikunto, Suharsimi. 1988. *Prosedur Penelitian; Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Begini Pergeseran Perilaku Konsumen Baru selama Pandemi [Internet] [Diakses pada tanggal 20 Oktober 2020] Tersedia pada <https://ekonomi.bisnis.com/read/20200515/12/1240921/begini-pergeseran-perilaku-konsumen-baru-selama-pandemi-covid-19>
- Bogdan dan Taylor, 1975 dalam J. Moleong, Lexy. 1989. *Metodologi Penelitian. Kualitatif*. Bandung: Remadja Karya.
- Buyens, Jim, 2001. *Web Database Development*. Elex Media Komputindo. Jakarta: Graha Ilmu.
- Food Delivery [Internet] [Diakses pada tanggal 20 Oktober 2020] Tersedia pada [https://en.wikipedia.org/wiki/Food\\_delivery](https://en.wikipedia.org/wiki/Food_delivery)
- Hermawan, Indra dan Dian Ade Kurnia. 2014. *Sistem Informasi Pemesanan Paket Pengantin Berbasis WEB Pada Yuni Salon Duku Puntang Kabupaten Cirebon*: I Hermawan, DA Kurnia: Jurnal Online ICT STMIK IKMI 12 (2), 39-40 | vol: | issue : | 2014. 7.
- KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia)
- Kementerian Keuangan, berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan Nomor 316/KMK 016/1994 tanggal 27 Juni Tentang Usaha Kecil
- Keputusan Presiden Republik Indonesia No 99 Tahun 1998
- Michael H. Walizer & Paul L Wienir. 1987. *Metode dan Analisis Penelitian: Mencari Hubungan*. Jilid 2. Erlangga. Jakarta.
- Nazir. 1988. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia. Moh. Pabundu Tika. 2006. *Metodologi Riset Bisnis*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Perbedaan Sistem dan Harga Delivery Food di Bernagai Negara [Internet] [Diakses pada tanggal 20 Oktober 2020] Tersedia pada <https://www.hipwee.com/feature/delivery-makanan/>
- Riduwan. 2010. *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Regina S. Baraban, Joseph F. Durocher. 2010. *Successful Restaurant Design*. Edisi Ketiga. John Wiley & Sons.
- Sudjana. Nana dan Ibrahim. 2001. *Penelitian dan Penilaian Pendidikan*. Bandung. : Sinar Baru Algensindo.
- Sugiyono. 1999. *Metodologi Penelitian Administrasi*. Edisi Kedua. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.
- Suryana. 2000. *Ekonomi Pembangunan: Problematika dan Pendekatan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Undang-Undang No 20 Bab 1 Pasal 1 Tahun 2008 Tentang Usaha Minkro, Kecil Dan Menengah (UMKM)
- Undang-Undang No 20 Pasal 6 Tahun 2008 Tentang Usaha Minkro, Kecil Dan Menengah (UMKM)