

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, KECEPATAN PENGIRIMAN,
DAN *RESPONSIVENESS DRIVER* TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA LAYANAN *GOFOOD* DI AREA
SOLO RAYA**

Riana Dewi Citra¹; Santosa Tri Prabawa²; Dwindia Agustintia³

rianadc2@gmail.com; stpsolo2021@gmail.com; dwindaaagustintia05@gmail.com

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Wijaya Mulya Surakarta

Abstrac : *This study aims to analyze the partial and simultaneous effects of e-service quality (X_1), delivery speed (X_2), and driver responsiveness (X_3) on customer satisfaction (Y) among GoFood service users in the Solo Raya region. A quantitative approach was employed using a survey method involving 100 respondents selected through a purposive sampling technique. Primary data were collected via a 1–5 Likert scale questionnaire and analyzed using multiple linear regression aided by SPSS software. The t-test results indicated that e-service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, with driver responsiveness emerging as the most dominant predictor. Conversely, delivery speed was found to have no positive and significant effect on customer satisfaction. The F-test demonstrated that all three variables simultaneously exert a significant effect on customer satisfaction. These findings confirm that these three elements form a cohesive digital service ecosystem, suggesting that management should continuously maintain application system reliability while optimizing interpersonal training for driver partners.*

Keywords: *E-Service Quality (X_1), Delivery Speed (X_2), and Driver Responsiveness (X_3) and Customer Satisfaction (Y)*

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi digital secara mendasar telah mengubah cara bisnis transportasi dan logistik beroperasi di Indonesia. Fenomena ini dipertegas secara hukum melalui Pasal 1 ayat (2) Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 mengenai Perdagangan Melalui Sistem Elektronik dan Pasal 1 angka 10 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, yang menegaskan legalitas transaksi berbasis perangkat elektronik (Abdillah, 2024; Kaffah & Badriyah, 2024). Transformasi ini paling terasa pada sektor transportasi dan logistik pangan, di mana layanan pesan-antar makanan (food delivery) tumbuh pesat seiring kemudahan pemesanan melalui aplikasi ponsel pintar (Aulianida et al., 2020).

GoFood merupakan layanan pesan-antar makanan utama di Indonesia yang strategis bagi pengembangan pasar UMKM kuliner, termasuk di kawasan Solo Raya yang tumbuh pesat (Kunadi & Wuisan, 2021). Meski operasionalnya berjalan baik, keluhan konsumen terkait gangguan aplikasi, ketidakpastian waktu kirim saat jam sibuk, dan lambatnya respons pengemudi masih sering terjadi (HS et al., 2023). Kondisi tersebut menegaskan perlunya pengujian secara empiris untuk mengidentifikasi variabel yang paling menentukan kepuasan pelanggan di wilayah tersebut. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh perbandingan antara harapan dan kinerja layanan nyata (Putra, 2021). Dalam konteks layanan pengiriman makanan digital, kepuasan ini dipengaruhi oleh tiga faktor utama: *e-service quality* yang mencakup kemudahan navigasi, keandalan, dan keamanan sistem (Arta & Azizah, 2020; Wismiyanti et al., 2025); kecepatan pengiriman sebagai tolok ukur ketepatan waktu dan profesionalisme platform (Maulana P et al., 2023); serta *responsiveness driver* berupa kesiapan komunikasi pengemudi dalam mengatasi kendala lapangan (Ihyaulumuddin et al., 2023).

Namun, pengaruh kecepatan pengiriman terhadap kepuasan pelanggan masih belum konsisten. Ambystisela dan Subandrio (2024) menemukan pengaruh signifikan pada layanan pengiriman umum, tetapi konteks pengiriman makanan lebih kompleks karena melibatkan faktor suhu, kemasan, dan kesegaran produk. Selain itu, penelitian *e-service quality* di Solo Raya sejauh ini masih berfokus pada *e-commerce* umum seperti Shopee (Kuncoro et al., 2024; Gustida et al., 2025). Studi tentang *responsiveness driver* juga umumnya masih terbatas pada transportasi penumpang atau kurir biasa, belum menyentuh layanan pengiriman makanan yang memiliki karakteristik khusus terkait budaya kesopanan (*unggah-ungguh*) lokal.

LANDASAN TEORI

Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan pelanggan adalah hasil dari penilaian setelah pembelian yang timbul dari perbandingan antara harapan serta kinerja nyata dari suatu produk atau layanan (Putra, 2021). Ketika kualitas layanan tidak memenuhi harapan, pelanggan merasakan ketidakpuasan sebaliknya jika kinerja memenuhi harapan atau bahkan melebihi harapan, kepuasan tercipta yang mendorong niatan untuk membeli kembali dan merekomendasikan kepada orang lain (Nuraeni et al., 2019). Dalam konteks penelitian ini, kepuasan pelanggan diukur melalui lima indikator meliputi kesesuaian layanan dengan harapan, kepuasan menyeluruh, keinginan memesan kembali, kesediaan merekomendasikan, dan kenyamanan penggunaan layanan tanpa hambatan.

E-Service Quality (X₁)

E-service quality merujuk pada kemampuan sebuah platform digital dalam memfasilitasi aktivitas belanja, pembelian, dan pengiriman produk secara efektif dan efisien (Kunadi & Wuisan, 2021). Konsep ini adalah pengembangan dari *Technology Acceptance Model (TAM)* yang diperkenalkan oleh Davis (1989), lebih spesifik pada dimensi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan kegunaan yang dirasakan (*perceived usefulness*). Semakin mudah sebuah aplikasi digunakan dan terpercaya, maka semakin kecil usaha kognitif yang dikeluarkan konsumen, sehingga mendorong sikap positif terhadap layanan tersebut (Arta & Azizah, 2020; Ulum & Muchtar, 2018).

Kecepatan Pengiriman (X₂)

Kecepatan pengiriman diartikan sebagai selang waktu dari saat produk dipesan sampai produk diterima oleh konsumen (Maulana P et al., 2023). Dalam konteks Teori Diskonfirmasi Ekspektasi, kepuasan pelanggan mengenai waktu pengiriman sangat tergantung pada sejauh man realisasi waktu pengiriman berbeda dari perkiraan yang sudah dijanjikan sebelumnya, bukan hanya dilihat dari cepat atau lambatnya proses secara mutlak (Ambystisela & Subandrio, 2024). Fitur pelacakan *real-time* yang kini umum tersedia pada aplikasi *food delivery* berperan besar dalam mengelola ekspektasi tersebut sebelum konsumen mengalami diskonfirmasi negatif.

Responsiveness Driver (X₃)

Responsiveness driver mengacu pada kesiapan mitra pengemudi dalam merespons kebutuhan pelanggan secara cepat, fleksibel, dan akurat (Ihyaulumuddin et al., 2023). Konsep ini berasal dari dimensi *responsivitas* dalam model SERVQUAL yang diciptakan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, yang menekankan kesiapan penyedia layanan untuk mendukung pelanggan dan memberikan layanan yang responsi. Berbeda dengan *e-service quality* yang bersifat teknologikal, *responsiveness*

driver bersifat interpersonal dan *human-centered*, sehingga dianggap sebagai elemen krusial dalam layanan tetap melibatkan interaksi fisik antara penyedia jasa dan konsumen (Hadi & Shasrini, 2023).

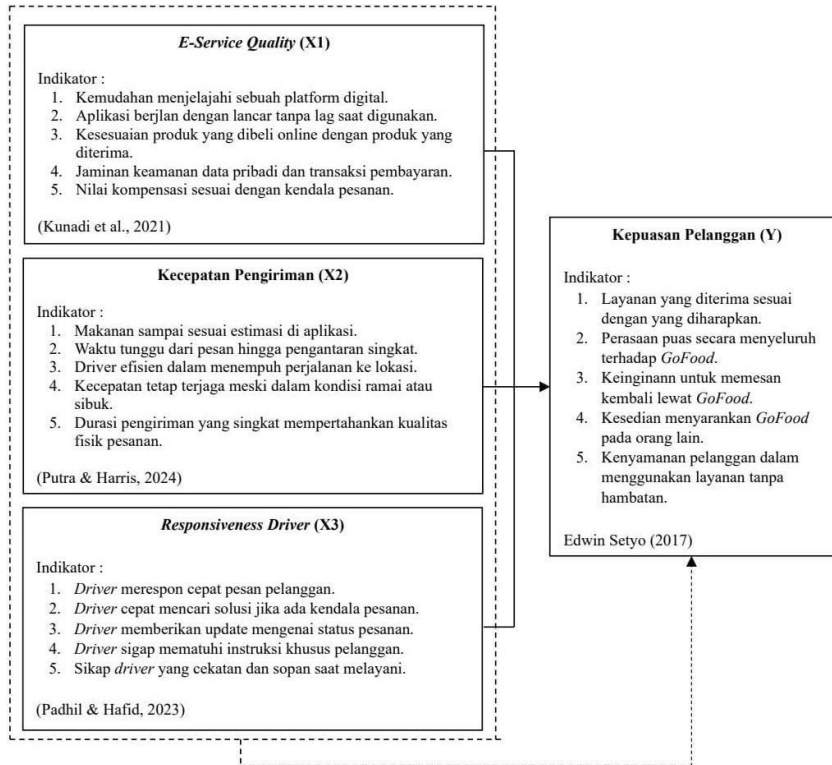
Penelitian Terdahulu

Tabel 1. Kajian Hasil Penelitian Yang Relevan

No	Judul Penelitian	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1	The Effect of E-Service Quality on Consumer Satisfaction and Loyalty on (Shaomi Fujiyanti Amalia dan Arif Kuswanto, 2023) Analisis Pengaruh Merek, Promosi, Harga, dan <i>E-Service Quality</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Penggunaan <i>E-Commerce</i> Shopee (Studi Kasus di Masyarakat Kabupaten Wonogiri) (Mahfud Kuncoro, Sri Isfantin Puji Lestari, Agus Triatmono, 2024). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Elektronik, dan Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan UMKM “Daster Masakini” Di Karanganyar (Studi Kasus Pada Penjualan Daster Pada <i>E-Commerce</i> Shopee).	E-Service Quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.	Menggunakan variabel E-service Quality (X1).	Tidak meneliti faktor Kecepatan Pengiriman (X2) dan Responsiveness Driver (X3).

	(Graha Gatra Gustida, Sri Isfantin Puji Lestari, Agus Triatmono, 2025)			
2	Pengaruh Kecepatan Pengiriman dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen PT Sicepat Ekspres Jatisampurna Bekasi. (Jamaludin, A., Widiarto, T., Mashita, J, & Aldi, M. 2023)	Kecepatan pengiriman terbukti secara empiris tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.	Menggunakan variabel Kecepatan Pengiriman (X2) dan metode kuantitatif.	Fokus pada kualitas produk, sedangkan penelitian ini fokus pada E-service Quality (X1).
3	Impact Driver's Responsiveness on customer Experience in Online Delivery. (A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, & Leonard L. Berry, 1985/1988) Pengaruh <i>Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance</i> dan <i>Emphaty</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan Maxim Car Ojek Online pada Mitra Maxim. (Melki Ibo, 2024)	Ketanggapan driver dalam berkomunikasi berpengaruh langsung terhadap penelitian positif layanan.	Menggunakan variabel Responsiveness Driver (X3) dan Skala Likert.	Menggunakan variabel dependen Customer Experience, sedangkan penelitian ini adalah Penilaian Layanan (Y).
4	Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan E-Commerce Shopee (Firdaus dan Astuti, 2024)	Kualitas sistem aplikasi yang stabil mencegah kegagalan transaksi dan meningkatkan nilai layanan.	Menggunakan pendekatan perilaku konsumen dan Teknik pengambilan sampel survei.	Objek penelitian adalah e-commerce umum, sedangkan penelitian ini spesifik pada Food Delivery.

Kerangka Pikir



Gambar 2. Kerangka Pemikiran Penelitian

Keterangan :

- : Pengaruh secara parsial
 - - - - - → : Pengaruh secara simultan

Hipotesis

Agar peneliti terarah maka penulis mengemukakan beberapa hipotesis sebagai berikut yaitu:

- H1 : *E-service quality* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada layanan *gofood* di Solo Raya.
 H2 : Kecepatan pengiriman tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada layanan *gofood* di area Solo Raya.
 H3 : *Responsiveness driver* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada layanan *gofood* di Solo Raya.
 H4 : *E-service quality*, kecepatan pengiriman, dan *responsiveness driver* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada layanan *gofood* di Solo Raya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan sebab akibat antar variabel yang diteliti. Populasi penelitian adalah seluruh pelanggan yang pernah atau sedang menggunakan layanan *gofood* di area Solo Raya (Surakarta, Karanganyar, Boyolali, Sragen, dan Wonogiri) dalam kurun waktu April–Juni 2026, yang jumlahnya tidak dapat diketahui secara pasti. Oleh karena itu, metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*, yang di mana responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu sebagai pengguna aktif *gofood*.

Ukuran sampel ditentukan berdasarkan pedoman Hair (2010), yaitu jumlah indikator dikalikan 5–10. Dengan total 20 indikator dari empat variabel penelitian, maka jumlah sampel minimum yang ditetapkan adalah $20 \times 5 = 100$ responden. Sebelum data di analisis, terlebih dahulu dilakukan pengolahan data. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner (*Google Forms*) yang disusun menggunakan skala Likert 5–4–3–2–1, maka langkah selanjutnya adalah melakukan tabulasi, yaitu memberikan nilai (*scoring*) sesuai dengan sistem yang ditetapkan. Sebelum melakukan pengolahan data, penulis terlebih dahulu melakukan uji kualitas data dengan pengujian validitas dan reliabilitas, selanjutnya penulis melakukan uji asumsi klasik, uji t, uji f dan uji regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh setiap variabel dengan menggunakan program *SPSS Statistic*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Responden

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *e-service quality*, kecepatan pengiriman, dan *responsiveness driver* terhadap kepuasan pelanggan pada layanan *gofood* di Solo Raya. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah 100 orang. Data-data yang telah dikumpulkan dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Karakteristik Berdasarkan Domisili

Karakteristik responden berdasarkan domisili dalam penelitian ini diklarifikasikan sebagai berikut :

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Surakarta	27	27,0	27,0	27,0
	Karanganyar	12	12,0	12,0	39,0
	Sukoharjo	10	10,0	10,0	49,0
	Boyolali	10	10,0	10,0	59,0
	Sragen	7	7,0	7,0	66,0
	Wonogiri	34	34,0	34,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : *Data Primer diolah, 2026*

Dari tabel 2 di atas diketahui bahwa dari segi domisili, responden terbesar berasal dari Wonogiri (34%), diikuti Surakarta (27%), Karanganyar (12%), Sukoharjo dan Boyolali (masing-masing 10%), serta Sragen (7%).

2. Karakteristik Berdasarkan Umur

Karakteristik responden berdasarkan umur dalam penelitian ini diklarifikasikan sebagai berikut :

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-25 tahun	82	82,0	82,0	82,0
	26-35 tahun	13	13,0	13,0	95,0
	36-50 tahun	5	5,0	5,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : *Data Primer diolah, 2026*

Dari sisi usia, 82% responden berada pada rentang 17–25 tahun, 13% pada rentang 26–35 tahun, dan hanya 5% pada rentang 36–50 tahun. Dominasi kelompok usia muda ini menegaskan bahwa pengguna *gofood* di Solo Raya didominasi oleh generasi Z yang akrab dengan teknologi digital dan terbiasa dengan transaksi berbasis aplikasi.

3. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini diklarifikasikan sebagai berikut :

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	27	27,0	27,0	27,0
	Perempuan	73	73,0	73,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : *Data Primer diolah, 2026*

Dari tabel 4 di atas bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan (73%), sedangkan laki-laki hanya 27%. Dominasi ini mengindikasikan bahwa konsumen perempuan di Solo Raya cenderung lebih aktif memanfaatkan layanan pesan-antar makanan digital dalam aktivitas keseharian mereka.

4. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dalam penelitian ini diklarifikasikan sebagai berikut :

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	62	62,0	62,0	62,0
	Wiraswasta	12	12,0	12,0	74,0
	PNS	3	3,0	3,0	77,0
	Lainnya	23	23,0	23,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : *Data Primer diolah, 2026*

Berdasarkan tabel 5 di atas, 62% responden berstatus pelajar/mahasiswa, 23% bekerja pada kategori lainnya, 12% berwiraswasta, dan 3% berstatus PNS. Dominasi pelajar/mahasiswa ini konsisten dengan karakteristik demografis Solo Raya sebagai kawasan dengan populasi akademis yang besar, sekaligus menegaskan bahwa segmen pasar utama *gofood* di wilayah ini adalah kalangan muda yang mengutamakan efisiensi waktu dan kepraktisan akses.

B. Pengujian Hipotesis

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Untuk mengetahui hasil dari perhitungan uji validitas, maka dapat diuraikan dengan bantuan tabel sebagai berikut :

Tabel 6. Rangkuman Hasil Uji Validitas

Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Sig	Keterangan
X1.1	0,540	0,195	0,001	Valid
X1.2	0,763	0,195	0,001	Valid
X1.3	0,801	0,195	0,001	Valid
X1.4	0,731	0,195	0,001	Valid
X1.5	0,651	0,195	0,001	Valid
X2.1	0,705	0,195	0,001	Valid
X2.2	0,759	0,195	0,001	Valid
X2.3	0,670	0,195	0,001	Valid
X2.4	0,632	0,195	0,001	Valid
X2.5	0,680	0,195	0,001	Valid
X3.1	0,795	0,195	0,001	Valid
X3.2	0,659	0,195	0,001	Valid
X3.3	0,757	0,195	0,001	Valid
X3.4	0,746	0,195	0,001	Valid
X3.5	0,733	0,195	0,001	Valid
Y.1	0,765	0,195	0,001	Valid
Y.2	0,764	0,195	0,001	Valid
Y.3	0,765	0,195	0,001	Valid
Y.4	0,806	0,195	0,001	Valid
Y.5	0,862	0,195	0,001	Valid

Sumber : *Data Primer diolah, 2026*

Dari rangkuman uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} setiap butir pernyataan terhadap r_{tabel} sebesar 0,195 ($df = 98$; $\alpha = 5\%$). Hasil pengujian pada tabel 6 menunjukkan seluruh 20 butir pernyataan pada keempat variabel memiliki nilai r_{hitung} di atas r_{tabel} dengan signifikansi 0,001, sehingga seluruh instrumen dinyatakan valid dan layak digunakan.

b. Uji Reliabilitas

Dari pertanyaan tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60.

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Koefisien Reliabilitas	Reliabilitas
<i>E-Service Quality</i> (X1)	0,741	0,6	Reliabel
Kecepatan Pengiriman (X2)	0,723	0,6	Reliabel
<i>Responsiveness Driver</i> (X3)	0,787	0,6	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,852	0,6	Reliabel

Sumber : *Data Primer diolah, 2026*

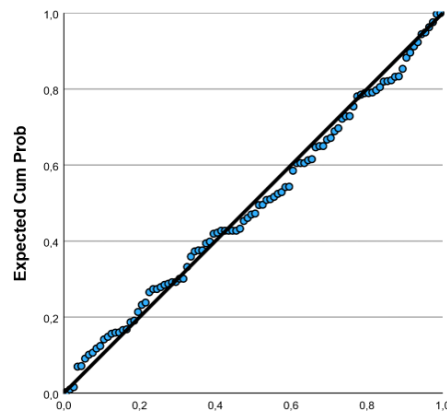
Tabel 7 menunjukkan seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* di atas ambang batas tersebut, dengan nilai tertinggi pada variabel kepuasan pelanggan (0,852) dan terendah pada kecepatan pengiriman (0,723), sehingga seluruh instrumen dinyatakan reliabel dan konsisten untuk digunakan pada analisis lanjutan.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

1) Analisis grafik (Normal P-P Plot)

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual
Dependent Variable: TOTALY

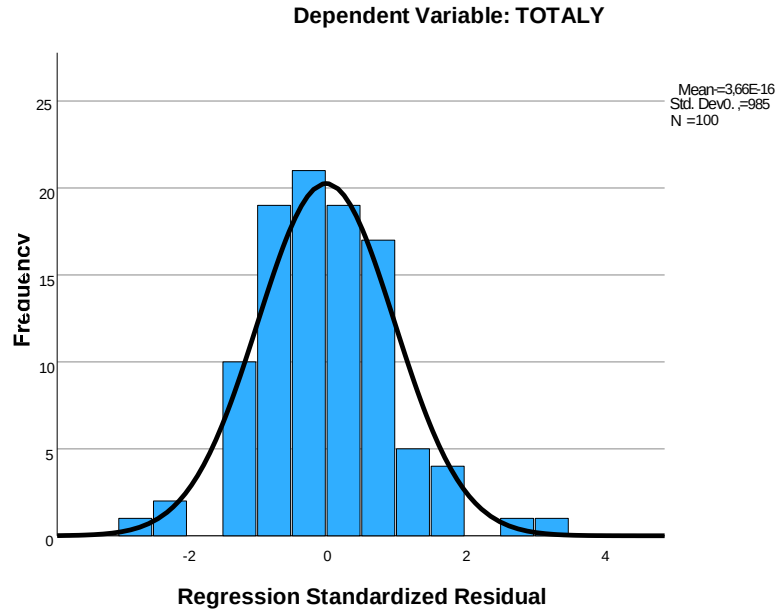


Gambar 2. Uji Normalitas P-P Plot

Sumber : *Data Primer diolah, 2026*

Dari gambar 2 di atas menunjukkan titik-titik data biru tersebar merata mengikuti arah garis diagonal. Hal ini membuktikan bahwa nilai residual dari model regresi dalam studi ini berdistribusi secara normal.

2) Histogram



Gambar 3. Uji Normalitas Histogram

Sumber : *Data Primer diolah, 2026*

Dari gambar 3 menampilkan grafik histogram SPSS dengan pola kurva berbentuk lonceng yang simetris dan seimbang. Batang histogram yang mengikuti garis kurva ini membuktikan bahwa data residual dalam model regresi berdistribusi secara normal.

3) Uji statistik (*One-Sample Kolmogorov-Smirnov*)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,67267637
Most Extreme Differences	Absolute	,056
	Positive	,056
	Negative	-,042
Test Statistic		,056
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		,200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	,604
	99% Confidence Interval	Lower Bound
		Upper Bound

Gambar 4. Kolmogorov Smirnov

Sumber : *Data Primer diolah, 2026*

Dari gambar 4 di atas menunjukkan bahwa uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*, nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200 dan *Monte Carlo Sig. (2-tailed)* sebesar 0,604. Karena kedua nilai tersebut lebih besar

dari 0,05 ($0,200 > 0,05$ dan $0,604 > 0,05$), maka nilai residual model regresi ini terbukti berdistribusi normal dan layak untuk analisis tahap berikutnya.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk memastikan tidak ada korelasi antar variabel bebas dalam model regresi. Model yang baik mensyaratkan tidak adanya korelasi tersebut, dengan kriteria nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan VIF kurang dari 10. Hasil pengujian selengkapnya disajikan pada tabel berikut:

Tabel 8. Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
<i>E-Service Quality</i>	0,469	2,131
Kecepatan Pengiriman	0,535	1,870
<i>Responsiveness Driver</i>	0,564	1,772

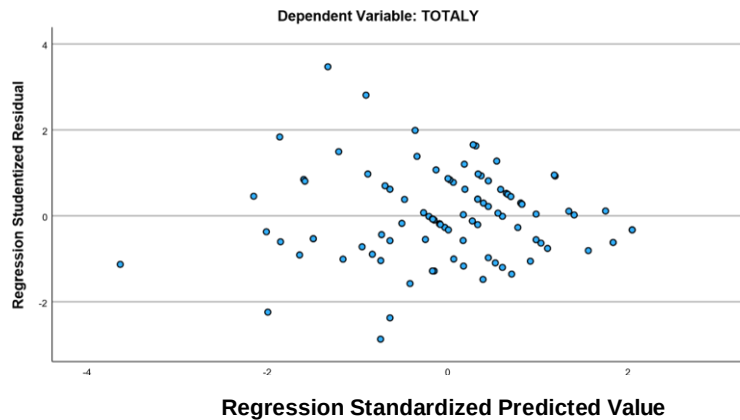
a. Dependent Variabel : kepuasan pelanggan

Sumber : *Data Primer diolah, 2026*

Berdasarkan tabel di atas, variabel *e-service quality* memiliki nilai *tolerance* 0,469 dan VIF 2,131; kecepatan pengiriman memiliki *tolerance* 0,535 dan VIF 1,870; serta *responsiveness driver* memiliki *tolerance* 0,564 dan VIF 1,772. Karena seluruh variabel bebas memiliki *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan VIF kurang dari 10, model regresi dinyatakan terbebas dari multikolinearitas. Dengan demikian, tidak terdapat korelasi kuat antarvariabel independen sehingga estimasi model menjadi valid.

c. Uji Heteroskedestisitas

Dalam penelitian ini menggunakan Uji Glejser dengan meregresikan nilai absolut residual (*Abs_Res*) terhadap variabel independen (*e-service quality*, kecepatan pengiriman, dan *responsiveness driver*). Model regresi yang baik harus terbebas dari heteroskedastisitas, yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi (Sig.) setiap variabel bebas lebih besar dari 0,05. Hasil pengujian selengkapnya disajikan pada gambar berikut:



Gambar 5. Uji heteroskedastisitas

Sumber : *Data Primer diolah, 2026*

Dari grafik *scatterplot* di atas, titik-titik data residual menyebar secara acak dan merata di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola geometris tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi terbebas dari masalah heteroskedastisitas. Dengan demikian, asumsi klasik terpenuhi sehingga model regresi ini valid untuk memprediksi kepuasan pelanggan.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk melihat seberapa besar pengaruh satu persatu variabel dependen dengan variabel independen dapat diperhatikan pada tabel berikut :

Tabel 9. Hasil Koefisien Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Unstandardized Coefficients			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-0,598	1.500		-0,399	0,691		
<i>E-Service Quality</i>	0,384	0,093	0,347	4,130	0,001	0,469	2,131
Kecepatan Pengiriman	0,145	0,087	0,131	1,655	0,099	0,535	1,870
<i>Responsiveness Driver</i>	0,517	0,086	0,462	6,021	0,001	0,564	1,772

Sumber : *Data Primer diolah, 2026*

Berdasarkan tabel 9, diperoleh persamaan regresi: $Y = -0,598 + 0,384X_1 + 0,145X_2 + 0,517X_3$. Nilai konstanta -0,598 menunjukkan bahwa tanpa

kontribusi ketiga variabel independen, kepuasan pelanggan berada pada titik dasar negatif, yang secara praktis menegaskan bahwa kepuasan pelanggan *gofood* sepenuhnya bergantung pada kinerja ketiga variabel tersebut. Koefisien regresi seluruh variabel bernilai positif, mengindikasikan hubungan searah: peningkatan pada *e-service quality*, kecepatan pengiriman, maupun *responsiveness driver* secara teoritis diikuti oleh peningkatan kepuasan pelanggan. Berdasarkan nilai *Standardized Coefficients* (Beta), *responsiveness driver* (0,462) merupakan variabel dengan kontribusi paling dominan, diikuti *e-service quality* (0,347), sedangkan kecepatan pengiriman mencatatkan kontribusi terkecil (0,131).

4. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap kepuasan pelanggan, dengan t-tabel sebesar 1,985 ($df = 96$; $\alpha = 5\%$). Hasil pengujian disajikan pada tabel berikut :

Tabel 10. Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Unstandardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-0,598	1.500		-0,399	0,691
<i>E-Service Quality</i>	0,384	0,093	0,347	4,130	0,001
Kecepatan Pengiriman	0,145	0,087	0,131	1,655	0,099
<i>Responsiveness Driver</i>	0,517	0,086	0,462	6,021	0,001

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Sumber : *Data Primer diolah, 2026*

a. Uji t antara *e-servive quality* (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada layanan *gofood* di area Solo Raya.

1) Komposisi Hipotesis

(a) $H_0 : \beta_1 = 0$ Artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara *e-servive quality* (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada layanan *gofood* di area Solo Raya.

(b) $H_a : \beta_1 \neq 0$ Artinya terdapat pengaruh signifikan antara *e-servive quality* (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada layanan *gofood* di area Solo Raya.

Berdasarkan pada hasil olah SPSS diperoleh $\beta_1 = 0,347$.

2) *Level Of Significant* = 0,05

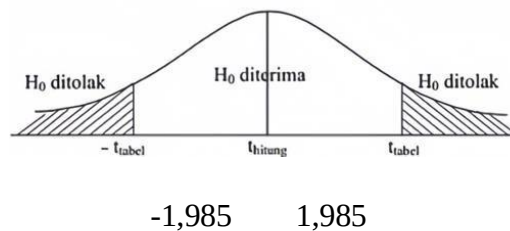
3) Nilai $t_{\text{tabel}} = \frac{\alpha}{2} (n-k-1)$

$$\begin{aligned}
 &= \frac{0,05}{2} : 100-3-1 \\
 &= 0,025 : 96 \\
 &= 1,985
 \end{aligned}$$

4) Kriteria Pengujian

(a) H_0 diterima apabila $-t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$ pada $\alpha = 5\%$

(b) H_a ditolak apabila $t_{\text{hitung}} < -t_{\text{tabel}}$ atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ pada $\alpha = 5\%$



5) Nilai t_{hitung}

Dari nilai output data SPSS diperoleh t_{hitung} sebesar 4,130

6) Simpulan

Berdasarkan tabel SPSS, $t_{\text{hitung}} = 4,130 > t_{\text{tabel}} = 1,985$ dengan nilai $\beta_1 = 0,347$ ($\beta_1 \neq 0$) dan nilai sig. $0,001 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti terdapat pengaruh yang signifikan dari *e-service quality* (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada layanan *gofood* di area Solo Raya.

b. Uji t antara kecepatan pengiriman (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

1) Komposisi Hipotesis

(a) $H_0 : \beta_2 = 0$ Artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara kecepatan pengiriman (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada layanan *gofood* di area Solo Raya.

(b) $H_a : \beta_2 \neq 0$ Artinya terdapat pengaruh signifikan antara kecepatan pengiriman (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada layanan *gofood* di area Solo Raya.

2) Level Of Significant = 0,05

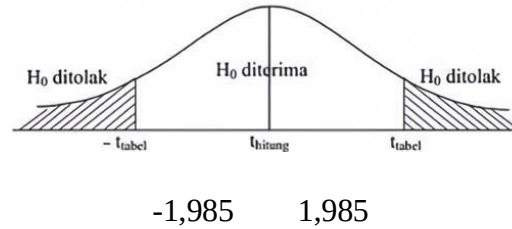
3) Nilai $t_{\text{tabel}} = \frac{\alpha}{2} (n-k-1)$

$$\begin{aligned}
 &= \frac{0,05}{2} : 100-3-1 \\
 &= 0,025 : 96 \\
 &= 1,985
 \end{aligned}$$

4) Kriteria Pengujian

(a) H_0 diterima apabila $-t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq$ pada $\alpha = 5\%$

(b) H_a ditolak apabila $t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$



5) Nilai t_{hitung}

Dari nilai output data SPSS diperoleh t_{hitung} sebesar 1,655

6) Simpulan

Berdasarkan tabel SPSS, $t_{hitung} = 1,655 < t_{tabel} = 1,985$ dengan nilai $\beta_2 = 0,131$ ($\beta_2 \neq 0$) dan nilai sig. $0,099 > 0,05$ maka H_0 diterima H_a ditolak, berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari kecepatan pengiriman (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada layanan *gofood* di area Solo Raya.

c. Uji t antara *responsiveness driver* (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

1) Komposisi Hipotesis

(a) $H_0 : \beta_3 = 0$ Artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara *responsiveness driver* (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada layanan *gofood* di area Solo Raya.

(b) $H_a : \beta_3 \neq 0$ Artinya terdapat pengaruh signifikan antara *responsiveness driver* (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada layanan *gofood* di area Solo Raya.

Berdasarkan pada hasil oleh SPSS diperoleh $\beta_3 = 0,462$

2) *Level Of Significant* = 0,05

3) Nilai $t_{tabel} = \frac{\alpha}{2} (n-k-1)$

$$= \frac{0,05}{2} : 100-3-1$$

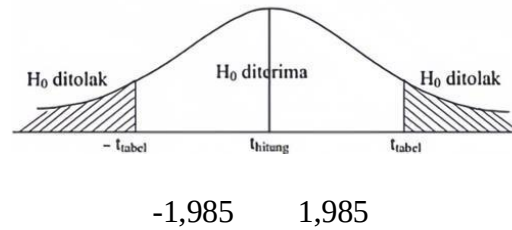
$$= 0,025 : 96$$

$$= 1,985$$

4) Kriteria Pengujian

(a) H_0 diterima apabila $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

(b) H_a ditolak apabila $t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

5) Nilai t_{hitung}

Dari nilai output data SPSS diperoleh t_{hitung} sebesar 6,021

6) Simpulan

Berdasarkan tabel SPSS, $t_{hitung} = 6,021 > t_{tabel} = 1,985$ dengan nilai $\beta_3 = 0,462$ ($\beta_3 \neq 0$) dan nilai sig. $0,001 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti terdapat pengaruh yang signifikan dari *responsiveness driver* (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada layanan gofood di area Solo Raya.

5. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama (simultan) antara variabel *e-service quality* (X1), kecepatan pengiriman (X2), dan *responsiveness driver* (X3) terhadap kepuasan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada layanan gofood di area Solo Raya.

Tabel 11. Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Resression	591,923	3	197,308	68,384	0,001 ^b
	Residual	276,987	96	2,885		
	Total	868,910	99			

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

b. Predictors: (Constant), *responsiveness driver*, kecepatan pengiriman, *e service quality*

Sumber : *Data Primer diolah, 2026*

Langkah-langkah pengujian hipotesis :

a. Komposisi Hipotesis

- (1) $H_0 : \beta_1 : \beta_2 : \beta_3 = 0$ artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara *e-service quality* (X1), kecepatan pengiriman (X2), dan *responsiveness driver* (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada layanan *gofood* di area Solo Raya.
- (2) $H_a : \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq 0$ artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara *e-service quality* (X1), kecepatan

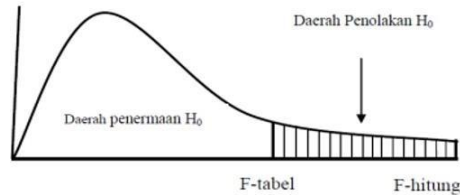
pengiriman (X2), dan *responsiveness driver* (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada layanan *gofood* di area Solo Raya.

b. *Level Of Singnificant* = 0,05

a. Nilai $F_{tabel} = F_{0,05 (K) : (N - 1 - K)}$
 $= F_{0,05 (3) : (100-1-3)}$
 $= F_{0,05 : 96}$
 $= 2,699$ dibulatkan menjadi 2,70

c. Kriteria Pengujian

- (1) H_0 diterima apabila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, berarti variabel bebas memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel tersebut.
- (2) H_a ditolak apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, berarti variabel bebas tidak memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat.



2,70

d. Nilai $F_{hitung} = 68,384$

e. Simpulan

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS diperoleh nilai $F_{hitung} = 68,384 > F_{tabel} = 2,70$ dengan nilai $\beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq 0$ dan nilai Sig. 0,001 lebih kecil dari *level of significant* = 0,05 (0%<5%) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti secara bersama-sama terdapat pengaruh yang signifikan antara *e-service quality* (X1), kecepatan pengiriman (X2), dan *responsiveness driver* (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada layanan *gofood* di area Solo Raya.

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan dalam penelitian yang berjudul Pengaruh *e-service quality*, kecepatan pengiriman, dan *responsiveness driver* terhadap kepuasan pelanggan pada layanan *gofood* di area Solo Raya yang telah dilakukan, maka penelitian ini menghasilkan kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *e-service quality* terhadap kepuasan pelanggan pada layanan *gofood* di area Solo Raya, maka H_1 *e-Service quality* terbukti kebenarannya.

- 2) Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kecepatan pengiriman terhadap kepuasan pelanggan pada layanan *gofood* di area Solo Raya, maka H_2 kecepatan pengiriman tidak terbukti kebenarannya.
- 3) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *responsiveness driver* terhadap kepuasan pelanggan pada layanan *gofood* di area Solo Raya, maka H_3 *responsiveness driver* terbukti kebenarannya.
- 4) Terdapat pengaruh antara *e-service quality*, kecepatan pengiriman, dan *responsiveness driver* secara simultan (bersama-sama) terhadap kepuasan pelanggan pada layanan *gofood* di area Solo Raya, maka H_4 terbukti kebenarannya.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian terhadap kepuasan pelanggan pada layanan *gofood* di area Solo Raya, maka peneliti memberikan saran kepada pihak-pihak terkait sebagai berikut :

1. Peneliti selanjutnya
 - a. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengeksplorasi variabel-variabel lain di luar modle penelitian ini yang diduga kuat untuk memengaruhi kepuasan konsumen digital, seperti variabel persepsi harga, promosi/diskon, kualitas produk makanan (*food quality*), atau kepercayaan merek (*brand trust*).
 - b. Sampel yang digunakan penelitian ini terbatas di Solo Raya, peneliti selanjutnya disarankan memperluas cakupan wilayah atau melakukan studi komparatif dengan kota lain untuk melihat perbedaan perilaku konsumen.
2. Bagi Manajemen Platform *gofood*
 - a. *Responsiveness driver* sebagai elemen yang paling berpengaruh, kualitas pelayanan mitra pengemudi perlu dipertahankan dan ditingkatkan melalui pelatihan berkala terkait komunikasi, etika transaksi, serta tata krama (unggah-ungguh) lokal Solo Raya.
 - b. Pada variabel *e-service quality*, manajemen perlu terus menjaga kestabilan server aplikasi terutama pada jam-jam sibuk (*peak hours*) agar proses pemesanan makanan tetap berjalan efisien tanpa kendala teknis.
3. Bagi Mitra Pengemudi (*Driver*)
 - a. Mitra pengemudi diharapkan mempertahankan sikap responsif dan proaktif, seperti segera memberikan konfirmasi atau pembaruan status kepada pelanggan apabila terjadi antrean Panjang di pihal restoran (*marchant*).
 - b. Karena kecepatan pengiriman tidak berpengaruh signifikan, pengemudi seharusnya mengutamakan keamanan saat berkendara serta

memastikan makanan tetap bersih, hangat, dan rapi (tidak tumpah) saat diterima konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, F. (2024). Dampak ekonomi digital terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. *Benefit: Journal of Business, Economics, and Finance*, 2(1), 27–35.
- Abdillah, M. I. (2022, April). *BUDAYA ORGANISASI di ojek online (GOJEK)*. ResearchGate.
https://www.researchgate.net/publication/361107627_BUDAYA_ORGANISASI_di_ojek_online_GOJEK
- Amalia, R. N., Dianingati, R. S., & Annisaa', E. (2022). Pengaruh jumlah responden terhadap hasil uji validitas dan reliabilitas kuesioner pengetahuan dan perilaku swamedikasi. *Generics: Journal of Research in Pharmacy*, 2(1), 9–15.
- Ambystisela, A., & Subandrio. (2024). Pengaruh ketepatan waktu dan shipment tracking terhadap kepuasan pelayanan pada pelanggan JNE Nusa Indah Kota Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani dan Bisnis (JMMIB)*, 5(2), 254–266.
- Arta, T. L. F., & Azizah, S. N. (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 (JIMMBA)*, 2(2), 291–303.
- Audina, C., & Rakhman, A. (2023). Pengalaman dan Kepuasan Berpengaruh Positif terhadap Loyalitas Pelanggan Gofood di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 24–39.
- Aulianida, D., Liestyasari, S. I., & Ch, S. R. (2020). Mediatisasi Layanan Pesan Antar Makanan di Indonesia Melalui Aplikasi Go-Food. *Islamic Communication Journal*, 5(1), 114–124.
- Berliana, M., & Zulestiana, D. A. (2020). Pengaruh *e-service quality* terhadap *customer satisfaction* dan *loyalty* pada pengguna Gopay di Indonesia. *REMIK: Riset dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 4(2), 223–229.
- Coleman, B. D., & Fuoss, R. M. (1955). Quaternization Kinetics. I. Some Pyridine Derivatives in Tetramethylene Sulfone. *Journal of the American Chemical Society*, 77(21), 5472–5476.
- Putri, S. D., & Firdausi, Y. K. (2026). Pengaruh kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada PT. Andiarta Muzizat (Ninja Xpress) Sidoarjo. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 15(1), 481–495.
- Febianti, Y. N., & Welly. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pengguna layanan jasa antar makanan *Go-Food* di Kota Cirebon.

Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI), 8(3).

- Firdausya, F. A., & Indawati, R. (2023). Perbandingan uji glejser dan uji park dalam mendeteksi heteroskedastisitas pada angka kematian ibu di Provinsi Jawa Timur tahun 2020. *Jurnal Ners*, 7(1), 793–796.
- Guritno, S. S., Sari, N. E., & Saadah, M. A. (2026). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas aplikasi terhadap kepuasan pengguna layanan publik (Sipaduko) di Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Jambi. *MASMAN: Master Manajemen*, 4(2), 44–52.
- Gustida, G. G., Lestari, S. I. P., & Triatmono, A. (2025). Pengaruh harga, kualitas pelayanan elektronik, dan strategi pemasaran terhadap peningkatan volume penjualan UMKM "Daster Masakini" di Karanganyar (Studi kasus pada penjualan daster pada e-commerce Shopee). *Jurnal Wiranomika*.
- Hadi, B., & Shasrini, T. (2023). Perilaku komunikasi driver GoFood terhadap pengguna jasa transportasi online Gojek di Kota Pekanbaru Indonesia. *Journal of Social and Economics Research*, 5(1).
- Hernando, H., & Nugroho, J. (2022). Kualitas pengiriman dan loyalitas pelanggan GoFood: Peran mediasi kepuasan pelanggan. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 22(1), 17–26.
- HS, R., Hilmiati, & Ilhamudin, H. M. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Gofood melalui kepuasan konsumen. *Jurnal Sosial Ekonomi dan Humaniora*, 9(1), 82–91.
- Ihyaulumuddin, Padhil, A., & Hafid, M. F. (2023). Analisis tingkat kualitas pelayanan Grab terhadap driver GrabBike dengan menggunakan metode SERVQUAL. *JAPSI: Jurnal Aplikasi dan Pengembangan Sistem Industri*, 1(1), 1–8.
- Insani, N. A., & Madiawati, P. N. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap loyalitas pelanggan GoFood di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 4(3), 112–122.
- Jamaludin, A., Widiarto, T., Mashita, J., & Aldi, M. (2023). Pengaruh kecepatan pengiriman dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen PT Sicepat Ekspres Jatisampurna Bekasi. *Sosio E-Kons*, 15(3), 275–284.
- Kaffah, A. F., & Badriyah, S. M. (2024). Aspek hukum dalam perlindungan bisnis era digital di Indonesia. *Kertha Patrika*, 46(2), 203–228.
- Kunadi, E. F., & Wuisan, D. S. S. (2021). Loyalty pengguna GoFood Indonesia yang dimediasi oleh perceived value dan customer satisfaction. *Jurnal Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis (JKMB)*, 19(1), 38–49.
- Kuncoro, M., Lestari, S. I. P., & Triatmono, A. I. (2024). Analisis pengaruh merek, promosi, harga, dan e-service quality terhadap kepuasan pelanggan dalam

- penggunaan e-commerce Shopee (Studi kasus di masyarakat Kabupaten Wonogiri). *Jurnal Wiranomika*, 3(2).
- Maulana P, D., Primadi, A., & Tohir, M. (2023). Analisis Pengaruh Penerapan Manajemen Logistik, Kualitas Pelayanan dan Kecepatan Pengiriman Dalam Mendukung Efisiensi Biaya Logistik. *Jurnal Pendidikan Siber Nusantara*, 1(4), 173–179. <https://doi.org/10.38035/jpsn.v1i4.219>
- Nuraeni, R., Eldine, A., & Muniroh, L. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. *Manager: Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(4), 487–493.
- Wibowo, H. O., & Rahayu, S. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian pesan antar makanan GoFood di Kota Solo. *Excellent: Jurnal Manajemen, Bisnis dan Pendidikan*, 8(1), 70–78.
- Permatasari, A. D., & Astuti, D. (2021). Pengaruh citra merek, kepercayaan merek, dan asosiasi merek terhadap loyalitas merek dalam penggunaan e-commerce Shopee (Studi kasus di masyarakat Kabupaten Wonogiri). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 5(2), 1018–1031.
- Putra, R. (2021). Determinasi kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan terhadap kualitas produk, citra merek dan persepsi harga (literature review manajemen pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4), 516–524.
- Rahman, M. S. (2019). Aplikasi rekapitulasi kuesioner hasil proses belajar mengajar pada STMIK Indonesia Banjarmasin menggunakan Java. *Technologia: Jurnal Ilmiah*, 10(3), 165–171.
- STIE Wijaya Mulya Surakarta. (2026). *Pedoman Penulisan Skripsi*.
- Sugiono, Noerdjanah, & Wahyu, A. (2020). Validity and Reliability Test of SG Posture Evaluation Measure Tool. *Jurnal Keterampilan Fisik*, 5(1), 55–61.
- Ulum, F., & Muchtar, R. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Customer Satisfaction Website Start-Up Kaosyay. *Jurnal Tekno Kompak*, 12(2), 68.
- Vidina, N. S., Chaniago, H., & Gaffar, M. R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Aplikasi Go-Food Selama Pandemi Covid-19 (Studi pada Konsumen Kota Bandung). *Applied Business and Administration Journal*, 1(1), 15–28.
- Wahjono, S. I. (2022, April). *Struktur organisasi (Bahan Ajar Perilaku Organisasi 2)*. ResearchGate.https://www.researchgate.net/publication/359993516_Struktur_Organisasi
- Wismiyanti, R. K., Perdana, T. A., Aqmala, D., & Anomsari, A. (2025). E-Service quality dan price terhadap customer loyalty pengguna Gofood: Peran mediasi customer satisfaction pada Mahasiswa FEB Universitas Dian Nuswantoro.

