

Studi Komparasi: Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Online Food Delivery

Ika Purwanti^{1*}, Sawabi¹, Moch. Risky Dharmawan¹

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, ITB Ahmad Dahlan Lamongan

*Email koresponden: ikapurwanti044@gmail.com

Received : Januari 2023

Revised : Februari 2023

Accepted : Maret 2023

ABSTRAK:

Penelitian ini menjelaskan dan menganalisis perbandingan persepsi kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen jasa online food delivery nasional (Grab Food) dan food delivery lokal (Cak Ed Food), pada konsumen Grab Food dan Cak Ed Food di Lamongan. Jenis penelitian kuantitatif dengan metode komparatif. Pengguna jasa Grab Food dan Cak Ed Food sebagai populasi penelitian ini, dengan sampel penelitian berjumlah 100 responden. Data dianalisis menggunakan uji paired sample T-Test dengan bantuan aplikasi SPSS. Hasil temuan menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan signifikan antara kualitas pelayanan Grab Food dan kualitas pelayanan Cak Ed Food, dan terdapat perbedaan signifikan antara kepuasan konsumen Grab Food dan kepuasan konsumen Cak Ed Food

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Food Delivery

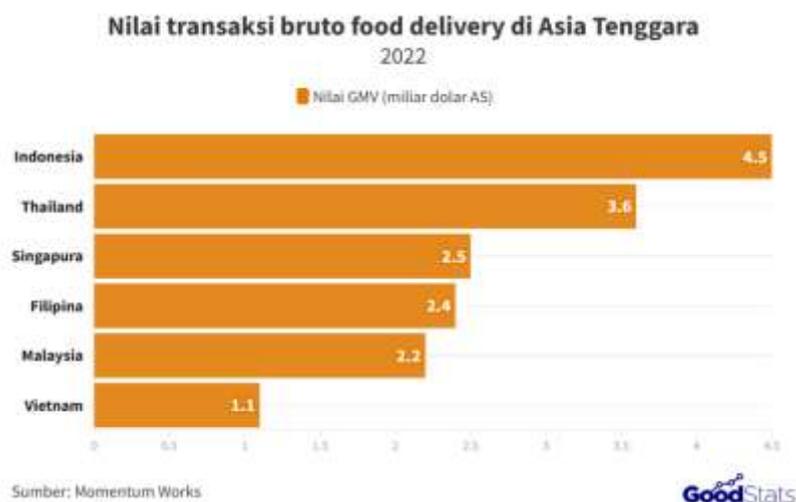
ABSTRACT:

This study describes and analyzes the comparison of service quality perceptions and consumer satisfaction of national online food delivery services (Grab Food) and local food delivery (Cak Ed Food), for Grab Food and Cak Ed Food consumers in Lamongan. This type of research is quantitative with comparative methods. Grab Food and Cak Ed Food service users as the population of this study, with a research sample of 100 respondents. The data were analyzed using the paired sample T-Test test with the help of the SPSS application. The findings show that there is no significant difference between Grab Food service quality and Cak Ed Food service quality, and there is a significant difference between Grab Food customer satisfaction and Cak Ed Food customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Food Delivery

PENDAHULUAN

Kehadiran teknologi digital 4.0 telah memberi pengetahuan baru mengenai pertumbuhan platform layanan pesan-antar makanan (*online food delivery*), seperti Grabfood, Gofood, dan lain-lain. Indonesia termasuk pasar terbesar bisnis *online food delivery* se-Asia Tenggara. Nilai transaksi bruto Indonesia mencapai US\$4,5 miliar atau senilai Rp. 67,8 triliun (kurs: Rp 15.070/dolar AS) (Momentum Works, 2022).



Konsumen di Indonesia menghabiskan US\$4,6 miliar untuk layanan *food delivery* atau meningkat 24% dari tahun 2020 (katadata.co.id, 2022). Kenaikan permintaan layanan *online food delivery* ini juga terjadi di kota Lamongan.

Lamongan menjadi kabupaten yang memiliki potensi besar dalam pengembangan bisnis kuliner. Kepala Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Lamongan menyatakan bahwa platform *Online Food Delivery* secara rata-rata menyumbang sekitar 56,8% omzet UMKM yang bermitra dengan platform. Saat ini, sebanyak 1.085 hasil produk kuliner UMKM Lamongan disalurkan oleh *food delivery* lokal ke kelurahan, desa, kecamatan, dan kota (Dinas Usaha Mikro Kabupaten Lamongan, 2022). Jasa *online food delivery* di Lamongan terbagi menjadi dua, yakni lokal dan nasional. Terdapat 7 (tujuh) *online food delivery* lokal di Lamongan, yakni Boss Delivery; Boy Delivery; Cita Delivery; Pas Online Lamongan (POL); Akang Antar; Fay Delivery; dan Cak Ed Delivery. Awal mula hadirnya *food delivery* di Lamongan ialah Cak Ed food sehingga masyarakat Lamongan khususnya di kota sudah mengetahui dan menggunakan jasa ini terlebih dahulu, baru pada tahun 2017 Grab hadir di kota Lamongan sebagai pesaing. Kondisi ini menjadi konsumen Lamongan memiliki alternatif pilihan jasa OFD.

Promosi yang dilakukan oleh OFD lokal dan Grab Food sangat masif di berbagai media promosi. Hal tersebut tentunya menyebabkan persaingan amat sangat ketat, begitu juga berkaitan dengan produk Grab Food dan Cak Ed Food mampu memvariasikan produk layanannya. Mereka berlomba-lomba meningkatkan kualitas pelayanan dengan memberikan promo dan voucher menarik untuk memikat hati konsumennya. Grabfood dan Cak Ed food di Lamongan bisa dibidang unik, kedua *delivery online* tersebut memiliki fitur layanan yang sangat berbeda dan tarif harga yang sama-sama bersaing. Grab Food sudah memiliki aplikasi sendiri yang mudah didapatkan melalui smartphone dan sudah tersedia di playstore, sedangkan Cak Ed food untuk menjalankan bisnisnya menggunakan aplikasi Whatsapp, tetapi justru dimanfaatkan sangat baik yaitu mempermudah komunikasi dan menjalin kedekatan emosional dengan pelanggannya sehingga *delivery lokal* ini mudah dalam menjalankan promosi. Dengan

fitur layanan yang berbeda apakah konsumen OFD di kota Lamongan memiliki kualitas pelayanan dan kepuasan yang sama atau lebih condong ke satu sisi.

Kualitas pelayanan merupakan faktor strategis yang dapat menciptakan kepuasan konsumen (Syahrul Haqi & i'mati Rahmatika, 2020). Kualitas pelayanan yang baik dapat dilihat dari keterampilan CEO dalam merangkul masyarakat Lamongan untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen pengguna jasa Grab Food dan Cak Ed Food secara konsisten dan berkelanjutan, sehingga dapat dikatakan bahwa masyarakat Lamongan puas terhadap pelayanan yang diberikan, jika layanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas pelayanan yang diperlukan konsumen. Harapan konsumen dapat direfleksikan pada pelayanan yang memuaskan dan cepat tanggap adalah nilai penting bagi konsumen. Asal mereka puas, maka secara tidak langsung akan mampu membangun kepercayaan konsumen serta dapat merekomendasikan aplikasi tersebut kepada orang sekitar maupun masyarakat luas di Lamongan, sehingga secara tidak langsung akan mampu menaikkan citra perusahaan atau perangkat lunak tadi dimata warga atau calon konsumen lainnya.

Berdasarkan uraian pada permasalahan yang tertuang pada latar belakang ini, maka muncul beberapa pertanyaan, yakni: 1) Apakah ada perbedaan persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan pada Grab Food dan Cak Ed Food di Lamongan? dan 2) Apakah ada perbedaan persepsi konsumen terhadap kepuasan konsumen pada Grab Food dan Cak Ed Food di Lamongan?. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan dan menganalisis perbandingan persepsi kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen pada jasa Grabfood dan Cak Ed food di Lamongan.

KAJIAN PUSTAKA

Perbedaan Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan sangat erat kaitannya dengan persepsi yang diterima oleh konsumen (Kotler & Keller, 2012; Budiansari & Sujana, 2021). Persepsi konsumen tidak terlepas dari adanya perbedaan antara kenyataan dan harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diperolehnya (Tjiptono, 2019).

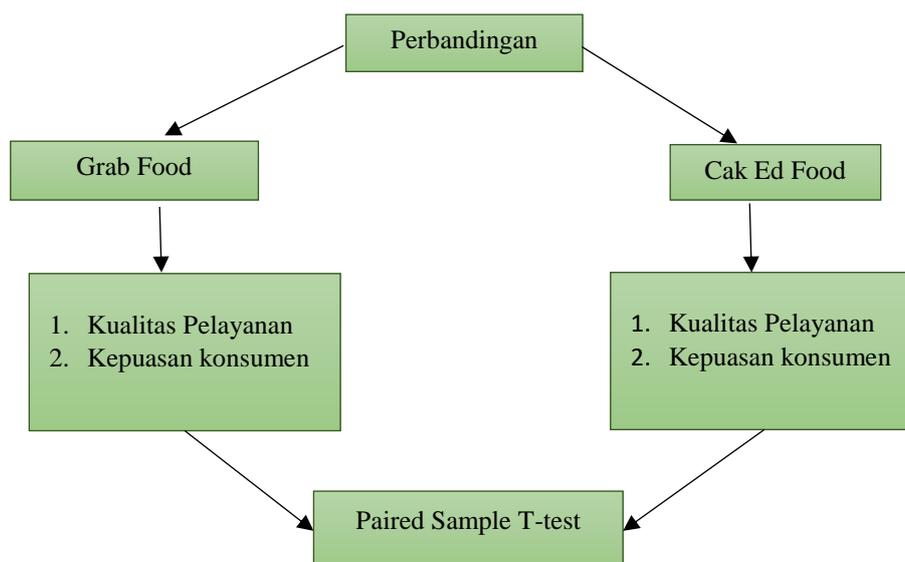
Hasil penelitian Kunadi et al (2021) dan Purwati et al., (2022) menunjukkan bahwa ada pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Diperkuat oleh penelitian dari (Rahmayanti & Ekawati, 2021) bahwa menjaga pelayanan berkualitas tinggi sangat penting untuk keberhasilan online food delivery service.

H1: Ada perbedaan persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan pada pengguna Grab Food dan Cak Ed Food di Lamongan

Perbedaan Persepsi Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen yang sempurna akan berdampak pada pembelian secara berulang-ulang (Kotler & Keller, 2012; Irdiana & Noor Khairullah, 2019). Penelitian oleh (Pambudi, n.d.) menunjukkan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh terhadap persepsi konsumen. Konsumen yang mendapatkan kepuasan terhadap layanan yang diberikan perusahaan, memiliki pandangan atau persepsi positif tentang organisasi dan menunjukkan loyalitas terhadap organisasi tersebut (Zhongcao, n.d.). Studi yang dilakukan oleh Koay et al., (2022) menegaskan bahwa kepuasan konsumen merupakan faktor strategis yang dibutuhkan perusahaan dalam menciptakan loyalitas pelanggan.

H2: Ada perbedaan persepsi konsumen terhadap kepuasan konsumen pada pengguna Grab Food dan Cak Ed Food Lamongan



Gambar 1 Kerangka Konsep Penelitian

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan metode komparatif (Sugiyono, 2014). Kota Lamongan dipilih sebagai lokasi penelitian dengan masyarakat yang berada di kota tersebut ditunjuk sebagai populasi yang memiliki kriteria, yakni pengguna jasa transportasi baik Grabfood maupun Cak Ed Food di kota Lamongan. Mengingat, peneliti tidak mengetahui secara pasti jumlah populasi konsumen Grabfood dan Cak Ed Food di kota Lamongan, maka penulis menggunakan rumus untuk mencari jumlah sampel yang tepat pada populasi, yaitu:

$$n = \frac{z^2}{4 / (Moe)^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2}{4 / (10\%)^2}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, diketahui bahwa jumlah sampel adalah 96 responden atau dibulatkan menjadi 100 responden.

Data primer yang diperoleh langsung dari konsumen Grabfood dan Cak Ed Food di kota Lamongan. Untuk data sekunder diperoleh secara tidak langsung dari kantor Grabfood dan Cak Ed Food berupa literatur buku-buku yang ada hubungannya dengan penelitian ini. Metode pengumpulan data penelitian ini menggunakan kuesioner, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas dan Paired Sample T-Test (uji beda).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Hasil analisis deskriptif terkait kualitas pelayanan Grabfood dan Cak Ed Food di kota Lamongan ditunjukkan pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Deskripsi Kualitas Pelayanan Grabfood dan Cak Ed Food di kota Lamongan

Variabel	Indikator	Skor Kualitas Pelayanan Grabfood	Mean Grabfood	Skor Kualitas Pelayanan Cak Ed food	Mean Cak Ed food
Kualitas pelayanan	<i>tangible</i>	3.536	3.94	3.898	3.97
	<i>reliability</i>		3.41		3.98
	<i>responsiveness</i>		3.49		3.90
	<i>assurance</i>		3.87		3.98
	<i>empathy</i>		2.97		3.66
Kepuasan Konsumen	Layanan yang diharapkan	3.706	3.93	3.92	3.99
	Harga sesuai dengan kualitas layanan		3.64		3.62
	Kepuasan konsumen terhadap layanan		3.67		3.98

Sumber: data diolah, 2023

Data pada Tabel 1 menunjukkan bahwa nilai variabel tertinggi pada Grabfood maupun Cak Ed Food adalah kepuasan konsumen. Hal ini berarti mayoritas responden sudah merasa puas atas layanan yang diberikan Grabfood maupun Cak Ed Food. Hasil ini diperkuat dengan nilai indikator tertinggi pada Grabfood adalah indikator fasilitas fisik dan layanan yang diharapkan sesuai (3,94 dan 3,93). Sedangkan nilai indikator pada Cak ed Food hampir semua indikator mendapatkan nilai >3,9. Konsumen Grabfood dan cak Ed Food mempersepsikan bahwa kualitas jasa yang diberikan kedua OFD tersebut telah sesuai dengan harapan konsumen.

Hasil Uji Validitas

Nilai r hitung item pernyataan pada penelitian ini $> r$ tabel, maka semua item pernyataan dinyatakan valid. Nilai r hitung ditunjukkan pada Tabel 2 berikut.

Table 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r-Hitung Grabfood	r-Hitung Cak Ed Food	Ket
Kualitas pelayanan	1	.721	.867	Valid
	2	.832	.931	Valid
	3	.899	.909	Valid
	4	.723	.837	Valid
	5	.809	.878	Valid
	6	.761	.795	Valid
	7	.866	.825	Valid
	8	.719	.862	Valid
	9	.794	.824	Valid
	10	.696	.916	Valid
	11	.834	.856	Valid
	12	.856	.785	Valid
Kepuasan Konsumen	13	.789	.799	Valid
	14	.857	.852	Valid
	15	.897	.861	Valid
	16	.842	.888	Valid
	17	.928	.881	Valid
	18	.976	.811	Valid
	19	.865	.874	Valid
	20	.796	.928	Valid

Sumber: data diolah, 2023

Hasil Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji diperoleh nilai Cronbach alpha masing-masing variable $> 0,60$, maka instrumen yang digunakan dalam penelitian ini bersifat reliabel atau handal. Hasil uji reliabilitas ditunjukkan pada Tabel 3 berikut.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha Grabfood	Cronbach Alpha Cak Ed Food	Ket
Kualitas Pelayanan	.914	.950	Reliabel
Kepuasan Konsumen	.910	.950	Reliable

Sumber: data diolah, 2023

Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas, semua variabel baik kualitas pelayanan maupun kepuasan konsumen pada GrabFood dan Cak Ed Food berdistribusi normal karena diperoleh nilai *Kolmogrov Smirnov* yang lebih besar dari 0,05. Berikut Tabel 4 berisi hasil uji normalitas.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

Variabel	OFD	Kolmogrov-Smirnov	Keputusan	Ket
Kualitas Pelayanan	GrabFood	.060	Normal	$P > 0,05$
Kepuasan Konsumen	Cak Ed Food	.089	Normal	$P > 0,05$

Sumber: data diolah, 2023

Hasil Uji Beda Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen

Hasil uji beda ditunjukkan pada Tabel 5. Hasil uji t pada variabel Kualitas Pelayanan GrabFood dan Cak Ed Food menunjukkan nilai t-hitung sebesar 2.780 dengan nilai p sebesar 0,006. Artinya kualitas pelayanan GrabFood memiliki perbedaan terhadap kualitas pelayanan Cak Ed Food. Sedangkan hasil uji t pada kepuasan konsumen Grab Food dan Cak Ed Food menunjukkan nilai t-hitung sebesar 1,876 dengan nilai p sebesar 0.64. Karena nilai $p > 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen GrabFood tidak memiliki perbedaan terhadap kepuasan konsumen Cak Ed Food.

Tabel 5. Hasil Uji Beda Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen

Uji Beda	t-hitung	Sig-(2-tailed)	Ket.
Kualitas pelayanan GrabFood dan Cak Ed Food	2.780	.006	Berpengaruh Signifikan
Kepuasan konsumen Grab Food dan Cak Ed Food	1.876	.064	Tidak Berpengaruh Signifikan

Sumber: data diolah, 2023

Pembahasan

Hasil temuan terdapat adanya perbedaan yang signifikan antara kualitas layanan Grabfood dan Cak Ed food. Artinya bahwa kualitas layanan yang dirasakan oleh pengguna Cak Ed Food lebih tinggi dibandingkan dengan Grab Food.

Kualitas pelayanan dapat dilihat dari segi fasilitas fisik seperti driver berpenampilan rapi dan bersih, driver selalu menggunakan jaket identitas saat melakukan pelayanan. Nilai indikator terendah Grabfood adalah dari segi kehandalan dan daya tanggap. Sedangkan pada Cak Ed Food, kedua indikator tersebut memperoleh nilai rata-rata tertinggi. Dari segi kehandalan, driver Cak Ed Food mampu memberikan ketepatan waktu siap beroperasi 24 jam. Dari segi responsiveness, driver melakukan konfirmasi pesanan dengan menghubungi pengguna untuk memastikan reservasi. Kemudian, driver memproses pesanan setelah itu,

menerima pesanan melalui aplikasi, dan driver cepat tanggap dalam kritik saran pengguna. Item pernyataan dalam hal assurance, driver memiliki pengetahuan tentang informasi ragam menu kuliner di Lamongan. Dari segi empati, driver bersikap sopan serta ramah dalam memberikan pelayanan, driver mendengarkan keinginan konsumen, dan mengucapkan terima kasih di akhir transaksi.

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh driver mampu mempengaruhi persepsi nilai yang dirasakan konsumen. Hasil ini memberikan bukti bahwa kualitas pelayanan dari penyedia jasa *online food delivery* memberikan tingkat kepuasan yang tinggi kepada pelanggannya (Koay et al., 2022; Rahmayanti & Ekawati, 2021).

Studi ini menemukan tidak ada perbedaan yang signifikan antara kepuasan pelanggan Grabfood dan Cak Ed Food. Meskipun Grabfood memiliki nilai rata-rata tertinggi, namun keduanya tetap memiliki kepuasan konsumen yang setara. Kepuasan konsumen Grabfood dan Cak Ed Food dapat dilihat dari perilaku konsumen setelah menggunakan layanan Grabfood dan Cak Ed Food puas sesuai yang diharapkan oleh pengguna, pengguna merasakan manfaat luar biasa dengan tarif harga yang dibayarkan untuk Grabfood dan Cak Ed Food, dan pengguna puas terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh Grabfood dan Cak Ed Food.

Keduanya masih dapat memiliki kepuasan konsumen yang sama, maka Cak Ed food lebih tinggi dibandingkan dengan Grabfood, contohnya seperti konsumen merasa nyaman karena driver yang ramah dan murah senyum, makanan/minuman yang telah diantarkan oleh Grabfood dan Cak Ed terjaga dengan baik, serta kepuasan konsumen dapat diukur berdasarkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Grabfood dan Cak Ed food. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh bahwa kepuasan pelanggan merupakan faktor penting yang menentukan keberhasilan bisnis pesan antar makanan online (Kumar et al., 2022; Zhongcao, 2022).

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan uraian diatas menunjukkan bahwa terdapat perbedaan signifikan antara kualitas layanan Grab Food dengan kualitas layanan Cak Ed Food. Pengguna dapat mengerti dari segi fasilitas aplikasi maupun fitur-fitur didalamnya pada layanan OFD Cak Ed Food lebih tinggi dibandingkan dengan layanan Grab Food. Temuan lainnya, menunjukkan bahwa tidak ada pembeda antara kepuasan konsumen Grab Food dan kepuasan konsumen Cak Ed Food. Pengguna dapat merasakan bahwa pelayanan melalui layanan Grab Food dan Cak Ed Food memiliki manfaat yang sesuai kebutuhan pengguna dengan tarif yang terjangkau dalam proses bertransaksi pada aplikasi Grab Food dan Cak Ed Food.

Dengan demikian, saran bagi perusahaan Grab Food dan Cak Ed Food, kualitas pelayanan Grab Food dan Cak Ed Food berkategori baik, akan tetapi untuk Grab Food, memiliki nilai rata-rata yang paling rendah diantara indikator yang lain. Bagi Grab Food untuk lebih memperketat seleksi driver baru dengan menguji kehandalan dan ketanggapan mereka dalam melayani konsumen. Sedangkan Cak Ed Food memperoleh nilai rata-rata terendah dibandingkan dengan indikator lainnya. Cak Ed Food agar memberitahukan kepada driver untuk lebih memperhatikan keinginan konsumen dan mengucapkan terima kasih di akhir transaksi.

REFERENSI

- Andriani, K., Psikologi, J., Laksmiwati, D. H., & Psi, M. (n.d.). *Hubungan antara Persepsi terhadap Kualitas Layanan dengan Kepuasan Konsumen pada Pengguna Jasa Kantor Pos Gempol*. www.posindonesia.co.id
- Budiansari, A., & Sujana, S. (2021). Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan dan Persepsi Nilai Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Maskapai

- Penerbangan. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 2(1), 21–32.
<https://doi.org/10.37641/jipkes.v2i1.583>
- Irdiana, S., & Noor Khairullah, M. (2019). Menciptakan Kepuasan Konsumen Dengan Pengalaman Membeli Produk. *Jurnal Ilmu Manajemen Advantage*, 3(2), 86–91.
<https://doi.org/10.30741/adv.v3i2.484>
- Koay, K. Y., Cheah, C. W., & Chang, Y. X. (2022). A model of online food delivery service quality, customer satisfaction and customer loyalty: a combination of PLS-SEM and NCA approaches. *British Food Journal*, 124(12), 4516–4532.
<https://doi.org/10.1108/BFJ-10-2021-1169>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kumar, S., Al Tamimi, H., Al Handhali, M., Al Khanjari, A., Al Rawas, A., & Al Jahdhami, M. (2022). “An analysis of the Customer Satisfaction Level of the Online Food Delivery Services in Muscat during the Pandemic situation.” In *Quest Journals Journal of Research in Business and Management* (Vol. 10, Issue 10).
www.questjournals.org
- Kunadi, E., Wuisan, D., E-service, P., Felicia Kunadi, E., & Wuisan, D. S. (2021). *PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN FOOD QUALITY TERHADAP CUSTOMER LOYALTY PENGGUNA GOFOOD INDONESIA YANG DIMEDIASI OLEH PERCEIVED VALUE DAN CUSTOMER SATISFACTION*. 8(1), 141–162.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi* (3rd ed.). Salemba Empat.
- Oliver, R. (2019). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer, Second Edition* (2nd ed.). Routledge.
- Pambudi, V. B. (n.d.). *ANALISIS PERSEPSI NILAI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA LAYANAN GO-FOOD DI KALANGAN MAHASISWA STIESIA SURABAYA Khuzaini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.
- Purwati, S., Mayasari, S., & Oktyajati, N. (2022). Analisis Kepuasan Pelanggan Layanan ShopeeFood dengan Menggunakan Metode E-Service Quality. *JUMINTEN*, 3(3), 1–12. <https://doi.org/10.33005/juminten.v3i1.382>
- Rahmayanti, P. L. D., & Ekawati, N. W. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Menggunakan Online Food Delivery Service Di Bali. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium*, 7(2), 125–138.
https://doi.org/10.47329/jurnal_mbe.v7i2.714
- Syahrul Haqi, M., & i'mati Rahmatika, A. (2020). PENGARUH HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA LAYANAN GRAB FOOD DI JOMBANG. *MARGIN ECO*, 4(1).
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa* (A. Diana, Ed.; Terbaru). Yogyakarta.
- Zhongcao, C. (n.d.). *Customer's Satisfaction: On the Food Delivery Apps*.
<https://dreamjournal.my/>
- Zikri, A., & Harahap, M. I. (n.d.). *Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia (Persero) Regional I Sumatera*.