

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah.....	8
1.2.1. Identifikasi Masalah.....	8
1.2.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	9
1.4.2. Manfaat Praktis	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	10
2.1. Kajian Pustaka.....	10
2.1.1. Teori Ilmu Manajemen.....	10
2.1.2. Manajemen Pemasaran	29

2.1.3. Variabel yang Diteliti.....	37
2.1.4. Penelitian Terdahulu yang Relevan	45
2.2. Kerangka Pemikiran	47
2.3. Hipotesis Penelitian.....	50
BAB III METODE PENELITIAN	51
3.1. Metode Penelitian yang Digunakan.....	51
3.2. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	54
3.2.1. Definisi Variabel	54
3.2.2. Operasional Variabel.....	55
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian.....	57
3.3.1. Populasi	57
3.3.2. Sampel.....	57
3.4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	59
3.4.1. Sumber Data.....	59
3.4.2. Teknik Pengumpulan Data.....	60
3.5. Teknik Analisis Data	64
3.5.1. Pengaruh Layanan E-Food Delivery terhadap Peningkatan Penjualan Kuliner	64
3.6. Tempat dan Waktu Penelitian	68
3.6.1. Tempat Penelitian	68
3.6.2. Waktu Penelitian	68
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	71
4.1. Hasil Penelitian.....	71
4.1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	71
4.1.2. Karakteristik Responden.....	72

4.1.3. Deskripsi Variabel yang Diteliti	76
4.1.4. Hasil Pengujian Hipotesis	95
4.2. Pembahasan	101
4.2.1. Layanan E-Food Delivery dan Peningkatan Penjualan pada Go-Food Cemal-Cemil Jemas di Kota Banjar.....	101
4.2.2. Pengaruh Layanan E-Food Delivery terhadap Peningkatan Penjualan Kuliner pada Go-Food Cemal-Cemil Jemas di Kota Banjar	104
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	106
5.1. Simpulan.....	106
5.2. Saran.....	106
DAFTAR PUSTAKA.....	108
LAMPIRAN-LAMPIRAN	111
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	125

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	<i>Gross Merchandise Value Platform Layanan On Demand</i> Indonesia	3
Tabel 1.2	Perbedaan Harga Langsung dan Lewat Aplikasi	5
Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	56
Tabel 3.2	Skala Likert	63
Tabel 3.3	Interprestasi Koefisien X terhadap Y	65
Tabel 3.4	Jadwal Penelitian.....	70
Tabel 4.1	Interprestasi Jawaban Responden.....	77
Tabel 4.2	Cemal-cemil Jiemas memiliki pelayanan yang sangat baik.....	77
Tabel 4.3	Pelayanan dari Cemal-cemil Jiemas jauh lebih baik setelah tersedia di Go-Food (Layanan E-Food Delivery)	78
Tabel 4.4	Dengan adanya Cemal-cemil Jiemas memperingkas aktivitas pembeli dalam proses pembelian	79
Tabel 4.5	Pelayanan Cemal-cemil Jiemas dengan perantara Go-Food terbilang cepat	80
Tabel 4.6	Informasi kuliner Cemal-cemil Jiemass pada Platform Go-Food sangat lengkap dan rinci	81
Tabel 4.7	Pembeli mudah menentukan makanan yang diminati dengan melihat foto menu dan rinciannya	82
Tabel 4.8	Rekapitulasi Layanan E-Food Delivery pada Go-Food Cemal-cemil Jiemas di Kota Banjar	83
Tabel 4.9	Klasifikasi Penilaian untuk Indikator Variabel X Keseluruhan	84

Tabel 4.10	Kualifikasi Penilaian untuk setiap Indikator Variabel Y	86
Tabel 4.11	Pembeli merasa keberatan dengan perbedaan harga antara membeli makanan ditemoat dengan layanan pesan antar (Go-Food)	87
Tabel 4.12	Pembeli merasa harga yang ditawarkan Cemal-cemil Jemas masih ramah dikantong.....	88
Tabel 4.13	Saya selalu memilih Cemal-cemal Jemas ketika pesan makanan di Go-Food karena harganya yang terjangkau.....	89
Tabel 4.14	Saat order makanan saya selalu mengajak teman untuk ikut memesan supaya irit ongkir.....	90
Tabel 4.15	Ketika membuka Go-Food Banjar saya selalu melihat Cemal-cemil Jemas diurutan paling atas	91
Tabel 4.16	Saya selalu order makanan dalam jumlah banyak.....	92
Tabel 4.17	Rekapitulasi peningkatan penjualan kuliner pada Go-Food Cemal-cemil Jemas di Kota Banjar.....	93
Tabel 4.18	Klasifikasi penilaian untuk indikator variabel Y keseluruhan	94
Tabel 4.19	Pengaruh layanan E-Food Delivery terhadap peningkatan penjualan kuliner.....	95
Tabel 4.20	Kriteria Korelasi Sederhana (X).....	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.3	Grafik Omset Kuliner Cemal-Cemil Jemas di Kota Banjar 2021.....	6
Gambar 2.1	Fungsi Manajemen Pemasaran.....	32
Gambar 2.2	Proses Pengevaluasian Kegiatan Pemasaran.....	33
Gambar 2.3	Kerangka Pemikiran.....	49
Gambar 3.1	Diagram alur (Flow Chart) Penelitian.....	53
Gambar 4.1	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	73
Gambar 4.2	Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	73
Gambar 4.3	Karakteristik Responden berdasarkan Skala Jumlah Pembelian	74
Gambar 4.4	Karakteristik Responden berdasarkan Skala Pekerjaan	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat Keterangan Bimbingan	111
Lampiran 2	Surat Ijin Penelitian	112
Lampiran 3	Instrumen (Kuesioner) Penelitian.....	113
Lampiran 4	Rekapitulasi Skor Variabel Kuisisioner.....	117
Lampiran 5	Uji Validitas dan Reabilitas Variabel X dan Y	123
Lampiran 6	Melakukan Penelitian di Cemal Cemil Jiemas.....	124