



Jurnal Ilmiah Aset
Vol. 28 No. 1

Mei 2026
p-ISSN 1693-928X
e-ISSN 2685-9629

Pengaruh Layanan Pesan Antar (Delivery Order) Grabfood terhadap Omzet Bisnis Kuliner di Kecamatan Teluk Segara

Randi Engga Putra
Sazili
Ade Irma Suryani

Program Studi Pendidikan Ekonomi
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP)
Universitas Muhammadiyah Bengkulu
Jalan Bali, Kota Bengkulu
Email : Randienggaputra01@gmail.com,
Sazili@umb.ac.id, Adeirmasuryani@umb.ac.id

Abstract: Digital platforms such as GrabFood have become an effective solution to support today's fast-paced lifestyle. GrabFood has attracted many culinary businesses, including those in Teluk Segara District, an area experiencing rapid culinary business growth. This service is expected to increase the number of orders through wider customer reach, although service fees and business competition may affect profits. This study aimed to examine the effect of GrabFood delivery services on the turnover of culinary businesses in Teluk Segara District. The study employed a quantitative approach with a causal associative method. Data were collected through questionnaires distributed to Grab partner businesses. The results showed that GrabFood delivery services had a positive and significant effect on culinary business turnover. The partial t-test produced a significance value of 0.013, which was lower than 0.05, and a t-value of 2.651, exceeding the t-table value of 2.045. Furthermore, the simple linear regression equation was obtained as $Y = 16.599 + 0.321X$, indicating a positive relationship between GrabFood delivery services and culinary business turnover. Therefore, GrabFood delivery services significantly contribute to increasing culinary business turnover in Teluk Segara District.

hal. 49-60
DOI: 10.37470/1.28.1.267

Diterima : 05-05-2026
Disetujui : 25-05-2026

Keywords : Delivery Order, GrabFood, Culinary Business Turnover

PENDAHULUAN

Seiringnya pengaruh pada era globalisasi dunia dan teknologi yang semakin pesat menyebabkan manusia mengupayakan serba mudah dan cepat. Apalagi dengan adanya kemajuan sistem transportasi berbasis *online* atau ojek *online*. Ojek *online* tidak hanya melayani pengantaran manusia tetapi ojek *online* juga memiliki fitur yang sangat memudahkan masyarakat dalam mengakses makanan atau keperluan rumah tangga lainnya yakni secara online dengan hanya memesan lewat *handphone* yang dimiliki. Dengan pergerakan kemajuan yang tinggi, kemudahan menjangkau suatu tempat ke tempat yang lain menjadi lebih mudah.

Platform digital seperti *GrabFood* menjadi solusi yang efektif ditengah gaya hidup masyarakat yang serba cepat dan mudah. Layanan *GrabFood* adalah layanan pesan antar (*delivery order*) makanan dan minuman yang terdapat di dalam aplikasi Grab. Pada layanan ini menawarkan berbagai program promosi dan dukungan logistik yang menjadikan *platform* ini cepat diterima oleh konsumen dan pelaku usaha bisnis. Dengan biaya komisi yang cukup kompetitif dan fitur layanan yang memudahkan pengelolaan pesanan dari konsumen.

GrabFood juga berhasil menarik cukup banyak mitra kuliner, termasuk di kecamatan Teluk Segara Kota Bengkulu yang merupakan tempat pertumbuhan usaha kuliner yang cukup tinggi, terutama wilayah dekat kampus dan kawasan

permukiman padat. Keberadaan layanan seperti *GrabFood* menjadi sangat cocok untuk pelaku bisnis untuk mengakses pasar dengan lebih luas tanpa harus menambah biaya tetap seperti karyawan tambahan dan sewa tempat usaha.

Berdasarkan observasi awal di kecamatan Teluk Segara Kota Bengkulu, ditemukan bahwa sebagian besar pelaku usaha kuliner yang ada di Kecamatan tersebut sudah mendaftarkan bisnisnya menjadi mitra Grab, Seperti Roti Bakar Gacor, Minumin, Roti Gembung, Pecel lele Meme, Mie Tektek 88, dan lain sebagainya. Namun, terlepas dari manfaat yang ditawarkan, efektivitas *GrabFood* dalam meningkatkan omzet bisnis kuliner belum banyak diteliti secara empiris.

Bagi pelaku usaha kuliner, fitur pesan antar (*delivery order*) ini membawa peluang sekaligus tantangan. Di satu sisi, hadirnya layanan ini diharapkan jumlah pesanan bisa meningkat karena jangkauan pelanggan jadi lebih luas. Meskipun jumlah mitra *GrabFood* terus meningkat, masih terbatas penelitian empiris yang menguji apakah layanan tersebut benar-benar mampu meningkatkan omzet usaha kuliner, khususnya di Kecamatan Teluk Segara.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penting dilakukan penelitian untuk mengetahui apakah layanan pesan antar (*delivery order*) *GrabFood* benar – benar berpengaruh terhadap omzet bisnis kuliner yang ada di Kecamatan Teluk Segara dan untuk mengetahui apakah ada pengaruh peningkatan omzet penjualan setelah bergabung dengan mitra Grab. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang nyata mengenai peran layanan digital terhadap pertumbuhan usaha bisnis di bidang kuliner, serta menjadi masukan bagi pelaku usaha dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif dan sesuai dengan perubahan pasar digital saat ini.

TINJAUAN TEORETIS

Layanan (jasa) memiliki banyak makna di kalangan para ahli. Menurut Kotler & Keller dalam (Punuindoong, 2021) menyatakan bahwa layanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Kristianingsih & Edastama, (2024) juga berpendapat terkait layanan pesan antar, keduanya menyatakan bahwa layanan pesan antar makanan online adalah sebuah tren distribusi makanan yang memanfaatkan platform

aplikasi untuk menghubungkan konsumen dan pelaku usaha kuliner; inti definisi menempatkan layanan ini sebagai strategi pemasaran digital sekaligus mekanisme distribusi (*order* → *process* → *delivery*). Berdasarkan dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa layanan pesan antar saat ini dapat dipandang sebagai bentuk pelayanan modern yang berbasis teknologi digital, yang tidak hanya berperan dalam mendistribusikan produk, tetapi juga menjadi strategi untuk meningkatkan mutu layanan, mempererat interaksi dengan pelanggan, dan mengoptimalkan operasional melalui integrasi antara sistem digital, logistik, serta pengalaman pengguna.

GrabFood memiliki berbagai makna dikalangan para ahli, menurut Sandra dkk., (2024) *GrabFood* dipahami sebagai sebuah platform aplikasi layanan pesan-antar makanan (*online food delivery app*) yang memfasilitasi hubungan antara konsumen dan restoran melalui fitur pemesanan, pembayaran digital, dan pengantaran oleh mitra pengemudi. Selain sebagai platform pemesanan, *GrabFood* juga berfungsi sebagai media promosi digital. Fitur seperti banner promo, rekomendasi restoran, penilaian pelanggan (*rating*), dan ulasan (*review*) membantu meningkatkan perkembangan usaha dalam persaingan pasar kuliner. Menurut Fitria (2024) dengan memanfaatkan teknologi digital, pelaku usaha kuliner dapat meningkatkan visibilitas dan daya saing mereka, terutama melalui layanan *online food delivery* seperti *GrabFood* yang terbukti efektif dalam meningkatkan penjualan.

Menurut Brigham & Houston, (2020) omzet (*revenue*) adalah total pendapatan yang diterima perusahaan dari penjualan barang dan jasa dalam periode tertentu. Omzet digunakan sebagai dasar untuk mengevaluasi performa finansial perusahaan dan perencanaan strategi bisnis. Tingginya omzet mencerminkan adanya permintaan yang kuat terhadap produk atau layanan yang ditawarkan suatu bisnis. Sebaliknya, rendahnya omzet dapat menjadi sinyal bahwa usaha perlu melakukan evaluasi strategi pemasaran, kualitas produk, ataupun sistem pelayanan. Menurut Pratama dkk., (2024) Rendahnya omzet sering kali disebabkan oleh ketidakmampuan perusahaan dalam mengantisipasi perubahan pasar dan tuntutan konsumen yang dinamis.

Wardiningsih, (2021) menyatakan bahwa Bisnis kuliner merupakan industri makanan dan minuman yang berorientasi pada layanan kepada konsumen, baik berupa makanan siap saji maupun catering, termasuk pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah yang beradaptasi dengan

kebutuhan pasar dan teknologi. Hal ini menjadikan bisnis kuliner sebagai sektor yang dinamis dan kompetitif, sehingga pelaku usaha dituntut untuk mampu beradaptasi dengan kebutuhan konsumen dan perkembangan teknologi, termasuk pemanfaatan aplikasi pesan antar seperti *GrabFood*. Menurut (Putri, 2024) Perusahaan yang menggunakan teknologi digital, seperti *GrabFood*, dapat meningkatkan efisiensi

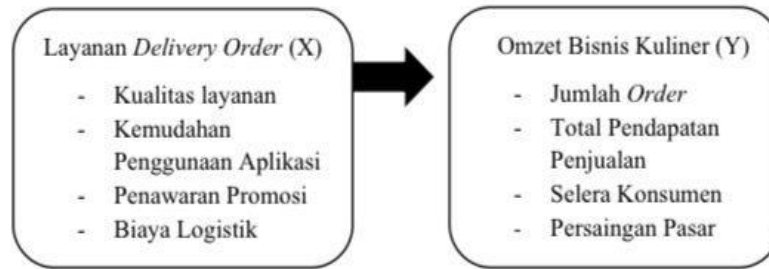
operasional dan memperluas jangkauan pasar mereka dalam industri kuliner.

Beberapa peneliti telah melakukan penelitian tentang pengaruh layanan *delivery order* yang mempengaruhi omzet bisnis kuliner. Adapun penelitian-penelitian yang digunakan sebagai bahan referensi dalam penelitian ini pada tabel 1.

Tabel 1
Penelitian yang Relevan

No	Nama	Judul	Hasil	Persamaan & Perbedaan
1	M. Irham Hafiyyan	Pengaruh Layanan <i>Food Delivery</i> Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner (Studi Terhadap Pemilik Usaha Kuliner Yang Terdaftar <i>Go-Food</i> Di Kelurahan Jagir Kota Surabaya).	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan adanya aplikasi <i>Go Food</i> yang digunakan oleh penjual usaha kuliner memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan penjualan. Sehingga dengan adanya kenaikan omzet pendapatan yang diperoleh bukan tidak mungkin mereka akan terus menggunakan <i>Go Food</i> .	Penelitian tersebut memiliki persamaan dengan penelitian yang dilakukan penulis, yaitu sama-sama mengkaji peran layanan <i>delivery order</i> sebagai faktor eksternal yang memengaruhi kinerja usaha kuliner. Perbedaannya terletak pada objek aplikasi yang diteliti
2	Arif Panuntun	Pengaruh <i>delivery order</i> <i>Shopeefood</i> , Harga dan Jumlah Order Terhadap Omzet Bisnis Kuliner Pada Daerah Kabupaten Sleman.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel <i>delivery order</i> <i>Shopeefood</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap omzet, sedangkan variabel harga berpengaruh negatif namun tidak signifikan. Sementara itu, jumlah order memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap omzet.	Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada penggunaan omzet sebagai variabel dependen serta pendekatan kuantitatif dalam menganalisis pengaruh layanan <i>delivery order</i> berbasis aplikasi terhadap bisnis kuliner. perbedaannya terletak pada platform yang diteliti, lokasi penelitian, serta jumlah variabel independen yang digunakan.
3	Refi Nabillah	Analisis Pengaruh Penggunaan Aplikasi <i>GoFood</i> dan <i>GrabFood</i> dalam Meningkatkan Penjualan Pada UMKM.	Mengindikasikan bahwa <i>GoFood</i> berpengaruh signifikan, sementara <i>GrabFood</i> kurang signifikan secara individual, tetapi kombinasi keduanya efektif meningkatkan penjualan.	Persamaan penelitian terletak pada penggunaan platform <i>GrabFood</i> sebagai variabel utama yang memengaruhi omzet/penjualan UMKM kuliner. Perbedaannya adalah penelitian tersebut bersifat komparatif antar platform, sedangkan penelitian ini hanya meneliti satu platform yaitu <i>GrabFood</i> dan difokuskan pada satu wilayah administratif tertentu.

Gambar 1
Kerangka Berfikir



Kerangka Berfikir

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan pola konsumsi masyarakat, khususnya dalam pemesanan makanan melalui layanan *delivery order* berbasis aplikasi seperti *GrabFood*. Layanan ini menjadi salah satu cara distribusi yang banyak dimanfaatkan oleh pelaku bisnis kuliner untuk menjangkau konsumen secara lebih luas tanpa batasan lokasi dan waktu. Oleh karena itu, kualitas layanan *delivery order GrabFood* diduga memiliki pengaruh terhadap peningkatan omzet bisnis kuliner.

Dalam penelitian ini, layanan *delivery order GrabFood* diposisikan sebagai variabel independen (X) sedangkan omzet bisnis kuliner sebagai variabel dependen (Y). Omzet mencerminkan hasil kinerja penjualan usaha kuliner yang dipengaruhi oleh keunggulan dan keefektifan penggunaan layanan *GrabFood* sebagai saluran pemasaran dan distribusi.

Kerangka berpikir ini menunjukkan adanya hubungan kausal, di mana peningkatan kualitas layanan *delivery order GrabFood* akan mendorong peningkatan kepuasan dan minat beli konsumen. Hal tersebut selanjutnya berdampak pada meningkatnya jumlah pesanan, nilai transaksi, serta kontribusi penjualan melalui *GrabFood*, sehingga pada akhirnya meningkatkan omzet bisnis kuliner di Kecamatan Teluk Segara.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa layanan *delivery order GrabFood* berperan sebagai faktor yang memengaruhi omzet bisnis kuliner, sebagaimana digambarkan dalam bagan kerangka berpikir yang menunjukkan arah pengaruh dari variabel X terhadap variabel Y. Berdasarkan uraian diatas, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut :

H1: Layanan pesan antar (*delivery order GrabFood*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap omzet bisnis kuliner di kecamatan Teluk segara.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif kausal. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian bertujuan menguji hubungan kausal antara variabel independen, yaitu layanan pesan antar (*delivery order*) *GrabFood*, terhadap variabel dependen, yaitu omzet bisnis kuliner. Melalui pendekatan ini, pengaruh antarvariabel dianalisis secara statistik berdasarkan data yang diperoleh dari responden.

Definisi Operasional Variabel

Adapun definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Layanan Delivery Order

Layanan pemesanan dan pengantaran makanan melalui aplikasi *GrabFood* yang dimanfaatkan oleh pelaku usaha kuliner sebagai sarana penjualan dan distribusi produk kepada konsumen. Adapun indikator untuk mengukur variabel *delivery order* adalah sebagai berikut :

1. Kualitas Layanan
2. Kemudahan Penggunaan Aplikasi
3. Penawaran Promosi
4. Biaya Logistik

Omzet Bisnis Kuliner. Total pendapatan yang diperoleh usaha kuliner dari hasil penjualan produk makanan dan minuman dalam periode tertentu melalui layanan *Grabofod*. Adapun indikator untuk mengukur omzet adalah sebagai berikut :

1. Jumlah Order
2. Total Pendapatan Penjualan
3. Selera Konsumen
4. Persaingan Pasar

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini seluruh pelaku usaha yang telah terdaftar dan aktif menggunakan aplikasi *GrabFood* sebagai sarana penjualan dan distribusi produk kepada konsumen. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 32 usaha kuliner yang dipilih berdasarkan kriteria yang telah ditentukan.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling yang digunakan yaitu *Purposive Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan kuesioner atau angket yang diberikan kepada pelaku usaha mitra Grab di kecamatan Teluk Segara.

Teknik Analisis Data

Teknik yang digunakan untuk menganalisis data adalah Analisis Statistik Deskriptif, Uji Normalitas Data, Uji t Parsial, dan Analisis Regresi Linier Sederhana.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif diketahui bahwa layanan pesan antar (*delivery order*) *GrabFood* memiliki total nilai rata-rata sebesar 37,66 dengan skor minimum 28 dan maksimum 42. Berdasarkan kategori, tingkat penilaian responden terhadap layanan *delivery order GrabFood* termasuk dalam kategori baik. Hal tersebut dapat diketahui pada tabel 2. Selanjutnya pada variabel omzet bisnis kuliner diketahui total nilai rata-rata sebesar 28,69

dengan nilai minimum 24 dan nilai maksimum 23. Berdasarkan kategori, dapat disimpulkan bahwa rata-rata nilai tersebut menunjukkan tingkat omzet pelaku usaha kuliner berada pada kategori baik. Hal tersebut dapat diketahui pada tabel 3. Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif pada tabel 2 dan 3, dapat disimpulkan layanan pesan antar (*delivery order*) *GrabFood* dan omzet bisnis kuliner termasuk dalam kategori baik.

Uji Normalitas

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, data terlebih dahulu diuji normalitasnya. Hasil uji normalitas menggunakan *Shapiro-Wilk* menunjukkan seluruh data memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 sehingga berdistribusi normal.

Uji normalitas merupakan salah satu syarat dalam penggunaan uji statistik parametrik, seperti uji t. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan metode *Shapiro-Wilk* dengan berbantuan program SPSS versi terbaru. Adapun hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel 4.

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel diatas, diperoleh nilai Sig. Untuk masing – masing data masing-masing variabel lebih besar dibandingkan 0,05. Hal ini berarti asumsi normalitas terpenuhi.

Uji Hipotesis (Uji t Parsial)

Uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan menggunakan uji t parsial untuk mengetahui apakah variabel independen yaitu layanan pesan antar (*delivery order*) *GrabFood* (X) berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu omzet bisnis kuliner (Y). Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t (parsial) dengan bantuan program SPSS versi terbaru. Adapun hasil uji t parsial dapat diketahui pada tabel 5.

Tabel 2
Analisis Statistik Deskriptif Variabel X

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	32	3	4	3,19	0,397
X2	32	3	4	3,19	0,397
X3	32	2	4	2,97	0,740
X4	32	2	4	3,22	0,553
X5	32	2	4	3,09	0,689
X6	32	2	4	3,22	0,751
X7	32	2	4	3,25	0,568
X8	32	2	4	3,16	0,515
X9	32	2	4	2,94	0,669
X10	32	2	4	3,03	0,595
X11	32	2	4	3,22	0,553
X12	32	2	4	3,19	0,693
Layanan Delivery Order GrabFood	32	28	42	37,66	3,033

(Sumber : Olah Data SPSS 2026)

Tabel 3
Analisis Statistik Variabel Y

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y1	32	2	4	3,16	0,574
Y2	32	2	4	3,22	0,608
Y3	32	2	4	3,25	0,672
Y4	32	2	4	3,06	0,504
Y5	32	2	4	3,31	0,535
Y6	32	2	4	3,25	0,568
Y7	32	2	4	3,16	0,574
Y8	32	2	4	3,00	0,440
Y9	32	2	4	3,28	0,634
Omzet Bisnis Kuliner	32	24	33	28,69	2,235

(Sumber : Olah Data SPSS 2026)

Tabel 4
Uji Normalitas

Shapiro-Wilk	Statistic	df	Sig.
Layanan pesan antar (<i>Delivery Order</i>) <i>GrabFood</i>	0,867	32	0,099
Omzet Bisnis Kuliner	0,959	32	0,252

(Sumber : Olah Data SPSS 2026)

Tabel 5
Uji t Parsial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	16,599	4,574			3,629	0,001
TotalX	0,321	0,121	0,436		2,651	0,013

T tabel = $t(a/2 ; n-k-1)$

a = 0,05

T tabel = $t(0,05/2 ; 32-2-1)$

T tabel = $t(0,025 ; 29)$

T tabel = 2,045

(Sumber : Olah Data SPSS 2026)

Tabel 6
Analisis Regresi Linier Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1 (Constant)	16,599	4,574			3,629	0,001		
Layanan pesan antar (delivery order) <i>GrabFood</i>	0,321	0,121	0,436		2,651	0,013	1,000	1,000

(Sumber : Olah Data SPSS 2026)

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa nilai signifikansi antara Layanan pesan antar (*delivery order*) *GrabFood* (X) terhadap Omzet Bisnis Kuliner (Y) adalah $0,013 < 0,05$, dan nilai t hitung $2,651 >$ nilai t tabel 2,045, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh layanan pesan antar (*delivery order*) *GrabFood* terhadap omzet bisnis kuliner secara signifikan.

Analisis Regresi Linier Sederhana. Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu layanan pesan antar (*delivery order*) *GrabFood* (X) terhadap variabel dependen yaitu omzet bisnis kuliner (Y). Pengolahan data dilakukan dengan bantuan program SPSS dan menghasilkan *output* koefisien regresi pada table 6.

Berdasarkan *output* SPSS tersebut, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 16,599 + 0,321X$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut, nilai konstanta a menunjukkan nilai sebesar 16,599, yang artinya jika tidak terjadi perubahan variabel independen (nilai X adalah 0), maka nilai variabel dependen (Y) akan tetap sebesar 16,599. Nilai koefisien regresi variabel X (Layanan pesan antar (*Delivery order*) *GrabFood*) adalah 0,321 bernilai positif, sehingga jika X mengalami kenaikan maka variabel Y (omzet) akan meningkat sebesar 0,321. Sehingga dapat disimpulkan bahwa layanan pesan antar (*delivery order*) *GrabFood* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap omzet bisnis kuliner.

SIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa layanan pesan antar (*delivery order*) *GrabFood* berpengaruh positif dan signifikan terhadap omzet bisnis kuliner. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0,013 < 0,05$ serta persamaan regresinya $Y = 16,599 + 0,321X$. Ini berarti bahwa setiap peningkatan layanan *delivery order* *GrabFood* akan disertai dengan peningkatan omzet pada bisnis kuliner. Serta hasil uji t menunjukkan bahwa nilai signifikansi antara Layanan pesan antar (*delivery order*) *GrabFood* (X) terhadap omzet bisnis kuliner (Y) adalah $0,013 < 0,05$, dan nilai t hitung $2,651 >$ nilai t tabel $2,045$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh layanan pesan antar (*delivery order*) *GrabFood* terhadap omzet bisnis kuliner di kecamatan Teluk Segara secara signifikan.

Saran

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang dapat memengaruhi omzet bisnis kuliner. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan metode analisis yang lebih kompleks serta memperluas cakupan wilayah penelitian agar hasil yang diperoleh dapat lebih umum dan representative.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwy Yusuf, M., Abraham, A., Rukmana, H., Herman, & Trisnawati, H. (2024). Analisis Regresi Linier Sederhana dan Berganda Beserta Penerapannya. *Journal on Education*, 06(02), 13331–13344.
- Arif Panuntun. (2025). Pengaruh Delivery Order ShopeeFood, Harga dan Jumlah Order Terhadap Omzet Bisnis Kuliner Pada Daerah Kabupaten Sleman. *Journal of Sustainability and Science Economics*, 3(1), 9–16. <https://doi.org/10.62337/jsse.v3i1.46>
- Aziza, N., Sudirman, Kondolayuk, M. L., Sriwahyuningrum, A., & Cahaya, I. M. E. (2023). *Metodologi Penelitian* (S. Haryanti (ed.)). CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Brigham, Eugene F., & Houston, Joel F. (2020). An Overview Of Financial Management. *IEEE Transactions on Information Theory*, 58(3), 1743–1756. <http://ieeexplore.ieee.org/lpdocs/epic03/wrapper.htm?arnumber=6071007>
- Daud, S., Dhani, A., Hartono, C. V., & Tarigan, N. K. (n.d.). Faktor yang Mempengaruhi Penjualan UMKM Kuliner (Studi Kasus pada "Pecel Cik Meri 99" di Kecamatan Metro Pusat, Kota Metro, Provinsi Lampung). *Jurnal EMT KITA*, 9(1 SE-Articles), 307–315.
- Kristianingsih, I., & Edastama, P. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Continuance Intention Pada Penggunaan Online Food Delivery Service. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 6286–6300.
- Maemunah, S., Permana, L. B., Yuliantini, Y., Mudjiarjo, M., & Rahardjo, S. (2023). Online Order Delivery On Customer Satisfaction. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 3(1), 177–182.
- Muhidin, S. A., & Abdurahman, M. (2007). *Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur Dalam Penelitian*.
- Nuralim, Rizky, M. S., & Aguspriyani, Y. (2023). Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dalam Mengatasi Kepercayaan Masyarakat Pada Bank Syariah Indonesia. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 3(1), 4.
- Prasetyo, A. R. (2024). Pengaruh on delivery dan jam kerja operasional terhadap omzet penjualan usaha kuliner di dolopo madiun.
- Pratama, D. P. A., Nuryadi, & Arifin, S. (2024). Increase Service Sales Turnover Through a Digital Marketing Approach: Effective? *International Journal of Global Accounting, Management, Education, and Entrepreneurship*, 4(2), 231–237.
- Pratama, Y. W. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman PT. Pos Indonesia Cabang Surabaya Selatan (Persero). *Jurnal Ilmu Riset Manajemen*, 13.
- Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Benteng Resort Batu Putih. 2(6), 511–517.
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian*.
- Salsabila, K., Ansori, M., & Zahrotun, Z. (2025). An Analysis of Culinary Business Development Strategy in an Islamic Economic Perspective. *International Journal on Advanced Science, Education, and Religion*, 8(1), 153–159. <https://ojs.staialfurqan.ac.id/IJoASER/article/view/796>
- Setyawan, I., Laksono, R., & Gultom, J. R. (2022). Kualitas Layanan Last-Mile Delivery: Studi

Komparasi Dua Layanan Pesan-Antar Makanan.
Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi, 22(3),
2050. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v22i3.2692>
Wardiningsih, S. S. (2021). Faktor-Faktor Yang

Mempengaruhi Omzet Penjualan UMKM Kuliner
Partner Gofood Di kota Solo. *Research Fair Unisri*,
5(1), 45. <https://doi.org/10.33061/rsfu.v5i1.4923>