

**PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE* DAN *E- SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA  
DALAM MENGGUNAKAN FITUR *GO FOOD*  
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM  
(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
UIN Raden Intan Lampung)**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana S1 Ekonomi (S.E) Dalam Ilmu  
Ekonomi dan Bisnis islam

Oleh:

**Rani Yulita**  
**NPM : 1851010451**

**Program Studi :Ekonomi Syariah**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1443 H/2022**

**PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE* DAN *E- SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA  
DALAM MENGGUNAKAN FITUR *GO FOOD*  
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM  
(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
UIN Raden Intan Lampung)**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana S1 Ekonomi (S.E) Dalam Ilmu  
Ekonomi dan Bisnis islam

Oleh:

**Rani Yulita**  
**NPM : 1851010451**

**Program Studi :Ekonomi Syariah**

**Pembimbing 1 : Dr. Rubhan Masykur, M.Pd**  
**Pembimbing 2 : Mohammad Fikri Nugraha Kholid, M.Pd**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1443 H/2022**

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang semakin canggih telah mempengaruhi gaya hidup masyarakat dengan trend jasa pesan antar *online* melalui media massa atau internet. Teknologi internet juga dapat membantu konsumen mempermudah kegiatan sehari-hari sehingga menghemat waktu. Permasalahan penelitian ini adalah Apakah *perceived ease of use* dan *e- service quality* berpengaruh secara parsial dan secara simultan terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan fitur *Go Food* serta bagaimana hukum transportasi online dalam islam. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui *perceived ease of use* dan *e- service quality* berpengaruh secara parsial dan secara simultan terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan fitur *Go Food* dan untuk mengetahui serta menganalisis keputusan pembelian dalam perspektif Ekonomi Islam. Metodologi penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sumber data sekunder dan primer dari Jurusan Ekonomi Syariah dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2018 berjumlah 307 mahasiswa dengan sampel 75 menggunakan teknik *random sampling*. Dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas dan uji prasyarat yang menggunakan uji normalitas dan uji linearitas. Proses analisis data menggunakan analisis regresi lenier berganda dengan alat pengolahan data SPSS 20.

Berdasarkan hasil penelitian pada taraf signifikansi 5% atau 0,05 pada penelitian ini memberikan penjelasan bahwa *perceived ease of use* dan *e - service quality* berpengaruh secara parsial dan secara simultan memiliki keterkaitan dan pengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi *Go Food*. Transportasi online menurut perspektif islam online diperbolehkan karena tidak ada dalil yang mengharamkannya.

Kata Kunci : *perceived ease of use*, *e - service quality*, *Go Food*

## **ABSTRACT**

*The development of increasingly sophisticated technology has influenced people's lifestyles with the trend of online delivery services through mass media or the internet. Internet technology can also help consumers simplify their daily activities thereby saving time. The problem of this research is whether perceived ease of use and e-service quality partially and simultaneously affect student decisions in using the Go Food feature and how is the law of online transportation in Islam. The purpose of this study was to determine the perceived ease of use and e-service quality partially and simultaneously affect student decisions in using the Go Food feature and to determine and analyze purchasing decisions in the perspective of Islamic Economics. This research methodology uses quantitative methods. Secondary and primary data sources from the Department of Islamic Economics and the Faculty of Economics and Islamic Business class 2018 totaled 307 students with a sample of 75 using a random sampling technique. By using validity test, reliability test and prerequisite test using normality test and linearity test. The data analysis process uses multiple linear regression analysis with SPSS 20 data processing tools.*

*Based on the results of the study at a significance level of 5% or 0.05, this study provides an explanation that perceived ease of use and e-service quality have a partial and simultaneous effect on the decision to use the Go Food application. Online transportation according to an online Islamic perspective is allowed because there is no evidence that forbids it*

*Keywords : perceived ease of use, e - service quality, Go Food*



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

---

Alamat : Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame, Kota Bandar Lampung 35131

---

**SURAT PERNYATAAN**

*Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rani Yulita  
NPM : 1851010451  
Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "*Pengaruh Perceived Ease Of Use Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Fitur Go Food Dalam Perspektif Ekonomi Islam*" adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun sadaran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

*Wassalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh*

Bandar Lampung, 20 Mei 2022

**Rani Yulita**  
NPM.1851010451



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame, Kota Bandar Lampung 35131

**SURAT PERSETUJUAN**

Judul Skripsi : **Pengaruh *Perceived Ease Of Use* Dan *E-Service Quality* Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Fitur *Go Food* Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung)**

Nama : Rani Yulita  
NPM : 1851010451  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

**MENYETUJUI**

Untuk dimunaqosyahkan dan dipertahankan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.

Pembimbing I

Pembimbing II

**Dr. Rubhan Masykur, M.Pd**  
NIP.1966040221996031001

**M. Fikri Nugraha Kholid**  
NIP.2019040119910105001

**Ketua Jurusan**

**Dr. Eriko Anggraeni, M.E.Sv**  
NIP.198208092011012009



KEMENTERIAN AGAMA UIN  
RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Sekretariat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Sokarame, Bandar Lampung, 35131

Telp. (0721) 704030

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul "*Pengaruh Perceived Ease Of Use Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Fitur Go Food Dalam Perspektif Ekonomi Islam*" yang disusun oleh Rani Yulita, NPM: 1851010451, Program Studi: Ekonomi Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal : 2022.


TIM PENGUJI

- Ketua : Any Eliza, S.E., M.Ak  
Sekretaris : Arifa Kurniawan, M.S.A  
Penguji I : Dimas Pratomo, S.E.L, M.F  
Penguji II : Dr. Rubhan Masykur, M.pd  
Penguji III : M. Fikri Nugraha Kholid, M.Pd



(.....)  
(.....)  
(.....)  
(.....)  
(.....)

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Prof. Dr. Tulus Suryanto, S.E., M.M., Akt.C.A.  
NIP. 197009262008011008

## MOTTO

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ : « مَنْ نَفَسَ عَنْ مُؤْمِنٍ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ الدُّنْيَا نَفَسَ اللَّهُ عَنْهُ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ يَوْمِ الْقِيَامَةِ، وَمَنْ يَسَّرَ عَلَى مُعْسِرٍ يَسِّرَ اللَّهُ عَلَيْهِ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ » رواه مسلم

Artinya : *Dari Abu Hurairah dia berkata, Rasulullah bersabda, “Barangsiapa yang membantu seorang muslim (dalam) suatu kesusahan di dunia maka Allah akan menolongnya dalam kesusahan pada hari kiamat, dan barangsiapa yang meringankan (beban) seorang muslim yang sedang kesulitan maka Allah akan meringankan (bebannya) di dunia dan akhirat.*<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Abdullah binAbdurrahman Al - Darimi Al - Samarqindi, *Sunan Al darimi*, (Qahirah: Dar al - hadist, 2000).



## PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur kepada Allah SWT dan dari hati yang terdalam penulisan skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Kedua orang tuaku, Bapak Nazarudin dan Ibu Siti Aisah tercinta yang telah senantiasa selalu memberikan do'a, semangat, motivasi, teladan, dukungan moril dan semua didikan yang telah mereka ajarkan kepada penulis, sehingga penulis terus semangat dan berharap akan memberikan yang terbaik kepada mereka.
2. Kakak-kakakku Sulistiono dan Resi Ariska yang selalu memberikan dukungan, pengorbanan, motivasi, serta do'a yang tulus agar penulis dapat mencapai kesuksesan.  
Keponakanku Oswaldo Reynandstio dan Alkahfi Bima Stio yang selalu menjadi penyemangat
3. Almamater UIN Raden Intan Lampung yang selalu penulis banggakan yang menjadi tempat menimba ilmu pengetahuan dan memperbanyak teman untuk menjalin silaturahmi.

## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis dengan nama lengkap Rani Yulita, dilahirkan di Way kanan pada tanggal 25 Juli 1999, anak kedua dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Nazarudin dan Ibu Siti aisah. Pendidikan dimulai dari SDN 01 Suka Negeri, Kec. Gunung Labuhan, Way Kanan selesai pada tahun 2011. Kemudian Melanjutkan SMP N 1 Bukit Kemuning, Kec. Bukit Kemuning, Lampung Utara selesai pada tahun 2014. Selanjutnya ke jenjang sekolah menengah atas di SMA N 1 Bukit Kemuning, Kec. Bukit Kemuning, Lampung Utara selesai pada tahun 2017. Setelah itu melanjutkan ke jenjang perguruan tinggi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung dimulai pada semester 1 Tahun Akademik 2018.

Adapun penulis selama dalam aktif perkuliahan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung, Penulis aktif di Himpunan Mahasiswa Program Studi Ekonomi (HMPS ES), Dewan Eksekutif Mahasiswa (DEMA FEBI), Dan Kelompok Studi Ekonomi Islam (KSEI RISEF)

Bandar Lampung, Mei 2022

Yang Membuat,

Rani Yulita

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Alhamdulillah puji syukur atas kehairat Allah SWT. Karena nikmat dan limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi dengan judul “PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE* DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA DALAM MENGGUNAKAN FITUR *GO FOOD* DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM” dengan baik dan lancar. Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW dan juga keluarga, para sahabat, serta para pengikut beliau.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Selama menyusun skripsi ini penulis telah banyak mendapatkan bimbingan, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Tulus Suyanto, M.M, Akt, C.A. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
2. Ibu Dr. Erike Anggraeni, M.E.Sy. selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
3. Bapak Dr. Rubhan Masykur, M.Pd selaku Pembimbing I dan Bapak Mohammad Fikri Nugraha Kholid, M. Pd selaku Pembimbing II yang dengan tulus dan sabar telah meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing penulis, yang telah bersedia memberikan motivasi, tambahan ilmu, dan arahan sehingga penulisan skripsi ini dapat selesai.

4. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang telah memberikan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan dan membantu penulis.
5. Sahabat-sahabat tersayang yang selalu memberikan keceriaan dan memberikan semangat serta motivasi dalam menyelesaikan skripsi dan aktivitas perkuliahan Alfionita Puspita Sari, Nurmala Dewi, Joko Saputra, dan Sigit Al akbar.
6. Teman - Temanku Aisyah Febrianti, Anisa Novia Dewi, Cut Ranie Aditya, Deivika Septa Nur Thoyba, Feby Dalita Syari, Khadijah Amanah, M Arrijal Ardha, M. Zodan, M. Ziaul Gufron, Tri Merdawati, Verliza resti, Zeni Mazidah Terimakasih telah memberi support, membantu dan menjadi tempat keluh kesah penulis untuk menyelesaikan skripsi.
7. Jenta sintia, M. Faisal Al Farabi, Ricky Febriansyah, dan Mulya Rizky Pratama penyemangatu terimakasih sudah bersedia menemani kemanapun dalam pengerjaan skripsi
8. Teman-teman seperjuangan kelas G jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2018 dan teman-teman KSEI RISEF, DEMA FEBI UINRIL yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu
9. Sepupuku Umi Afifah dan Temanku Ami Widya yang menemani mengerjakan skripsi hingga larut malam
10. Mba Khafidhoh Kamila dewi, S.E, Mba Nurul Azizah putri, S.E, dan Mba Rahmawati, S.E Terimakasih atas arahan yang tiada hentinya untuk penulis menyelesaikan skripsi.
11. Pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu dan memberi masukan serta inspirasi bagi penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu penulis senantiasa mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

***Wassalamu 'alaikum Wr.Wb***

Bandar Lampung, Mei 2022

Penulis

Rani Yulita

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A.Penegasan Judul .....	1
B.Identifikasi dan Batasan Masalah .....	2
C.Latar belakang Masalah.....	3
D.Rumusan Masalah .....	9
E.Tujuan Penelitian .....	9
F.Manfaat Penelitian .....	10
1.Secara Praktis .....	10
2.Secara Teoritik .....	10
G.Kajian Penelitian Yang Relevan.....	11
H.Sistematika Penulisan.....	18
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN</b>	
<b>HIPOTESIS .....</b>	<b>21</b>
A.Teori Yang Digunakan .....	21
1.Pelayanan .....	21
2.Pelayanan Dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	22
3.E-Service Quality (Kualitas Layanan Elektronik) .....	25
4.Perceived ease of use (Persepsi Kemudahan Penggunaan).....	30
5.Perilaku Konsumen .....	32
6.Keputusan penggunaan layanan jasa/ Keputusan Pembelian.....	38
7.Kerangka pemikiran dan Pengajuan Hipotesis .....	46

<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>38</b>
A.Waktu dan Tempat penelitian .....	38
B.Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	38
C.Populasi, Sampel, dan Teknik Pengumpulan Data .....	38
D.Operasional Variabel Definisi.....	42
E.Instrumen Penelitian.....	45
F.Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Data .....	46
G.Uji Prasyarat Analisis .....	47
H.Uji Hipotesis .....	48
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>50</b>
A.Deskripsi Data .....	50
B.Pembahasan Hasil Penelitian dan Analisis .....	54
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>69</b>
A.Simpulan.....	69
B.Rekomendasi.....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>71</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
1.1 Top Brand Award Layanan Transportasi Online .....	3
1.2 Perbandingan Pengguna jasa Go Food dan Grab Food Online.....	3
3.1 Tabel Konsep Operasional Variabel .....	25
3.2 Klasifikasi Alat Ukur.....	27
4.1 Karakteristik Responden .....	28
4.2 Uji Validitas .....	29
4.3 Uji Reliabilitas .....	30
4.4 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov Smirnov Test .....	31
4.5 Hasil uji linearitas Variabel Y dengan Variabel X1 .....	31
4.6 Hasil uji linearitas Variabel Y dengan Variabel X2.....	32
4.7 Hasil Uji Regresi Berganda dan Persamaan regresi.....	32



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	i
Lampiran 2 Data responden dan Hasil Kueisioner .....	iv
Lampiran 3 Statistik data Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	vii
Lampiran 4 Uji Prasyarat .....	x
Lampiran 5 Teknik Anlisis Regresi Linear Berganda.....	xv

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Penegasan Judul

Sebagai kerangka awal guna mendapatkan gambaran yang jelas dan memudahkan dalam memahami skripsi ini maka perlu adanya ulasan terhadap penegasan arti dan maksud dari beberapa kata yang terkait dengan judul ini. Judul skripsi ini adalah “Pengaruh *Perceived Ease Of Use* Dan *E-Service Quality* Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Fitur *Go Food* Dalam Perspektif Ekonomi Islam”. Adapun beberapa definisi kata yang penulis uraikan dalam skripsi ini, antara lain:

1. Pengaruh merupakan dorongan atau bujukan yang bersifat membentuk atau merupakan suatu efek.<sup>1</sup>
2. *Perceived Ease Of Use* Menurut Davis dalam bukunya juga menyatakan bahwa perspektif kemudahan pengaplikasian (*perceived ease of use*) merupakan sebuah tingkatan dimana seseorang percaya bahwasanya penggunaan sistem tertentu, mampu mengurangi usaha seseorang dalam mengerjakan sesuatu. Frekuensi penggunaan dan interaksi antara pengguna (*user*) dengan sistem juga mampu menunjukkan kemudahan penggunaan. Sistem yang lebih sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya.<sup>2</sup>
3. *E-Service Quality* atau yang juga dikenal sebagai *E-ServQual* merupakan versi baru dari *Service Quality* (*ServQual*). *E-ServQual* dikembangkan untuk mengevaluasi suatu pelayanan yang diberikan pada jaringan Internet. *E-Service Quality* didefinisikan sebagai

---

<sup>1</sup> Hugiono dan Poerwantana, Pengantar Ilmu Sejarah (Jakarta: Rineka Cipta, 1992).

<sup>2</sup> Tommy Wiguna Nugraha et al., “PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED EASE OF USE DAN SUBJECTIVE NORM TERHADAP PURCHASE INTENTION MELALUI ATTITUDE PENGGUNA OLX (Studi Kasus: Pada Mahasiswa UST Yogyakarta)”, Vol. 6 No. 2 (2021), hal. 12–27.

perluasan dari kemampuan suatu situs untuk memfasilitasi kegiatan belanja, pembelian, dan distribusi secara efektif dan efisien.<sup>3</sup>

4. Keputusan adalah suatu pengakhiran daripada proses pemikiran tentang suatu masalah dengan menjatuhkan pilihan pada suatu alternatif.<sup>4</sup>
5. Mahasiswa adalah sebutan bagi orang yang sedang menempuh pendidikan tinggi di sebuah perguruan tinggi yang terdiri dari sekolah tinggi, akademi, dan yang paling umum adalah Universitas.
6. Fitur *Go Food* merupakan layanan pesan antar *online* makanan pada aplikasi gojek
7. Ekonomi islam adalah ilmu yang mempelajari usaha manusia untuk mengalokasikan dan mengelola sumber daya untuk mencapai falah berdasarkan pada prinsip - prinsip dan nilai nilai al qur'an dan sunah.<sup>5</sup>

## **B. Latar belakang Masalah**

Perkembangan teknologi informasi berbasis internet memberikan dampak positif bagi manusia, yaitu memudahkan dalam berinteraksi, bertukar informasi dalam berbagai aktivitasnya dan menambah *trend* perkembangan teknologi dengan segala bentuk kreativitas manusia. Kemajuan teknologi informasi ditandai dengan penggunaan telepon genggam pintar (*smartphone*) yang memungkinkan penggunaanya untuk mengakses segala informasi yang dibutuhkan hanya dari telepon genggam yang dimilikinya. Melalui teknologi yang tersedia saat ini terdapat banyak sekali manfaat untuk mempermudah aktivitas sehari hari. Salah satunya adalah transportasi *online*. Transportasi *online* merupakan transportasi yang memanfaatkan aplikasi sebagai

---

<sup>3</sup> Hansel Jonathan, "Analisis Pengaruh E-Service Quality terhadap Customer Satisfaction yang Berdampak pada Customer Loyalty PT Bayu Buana Travel Tbk", Vol. 14 No. 2 (2013), hal. 104

<sup>4</sup> Prajudi Atmosudirjo dalam Hasan, Pokok-pokok Materi Teori Pengambilan Keputusan, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004).

<sup>5</sup> Boedi Abdullah, *Metode Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: Pustaka Setia, 2014).

media pemesanan untuk memudahkan konsumen dalam hal pemenuhan kebutuhan, melalui teknologi yang tersedia segala sesuatu yang ingin di akses dapat ditempuh dengan waktu yang sangat cepat dan mudah. Transportasi sendiri didefinisikan pemindahan manusia atau barang dari satu tempat ke tempat lainnya dalam waktu tertentu dengan menggunakan sebuah kendaraan yang digerakkan oleh manusia, hewan, maupun mesin.<sup>6</sup> Sedangkan pengertian transportasi online adalah suatu penyelenggaraan Lalu Lintas dan Angkutan Jalan yang berjalan dengan mengikuti serta memanfaatkan perkembangan ilmu pengetahuan (teknologi) berbasis aplikasi dan online baik untuk pemesanan maupun pembayaran.<sup>7</sup> Segala sesuatu yang diinginkan dapat tersedia dengan sangat cepat selain itu setiap orang membutuhkan transportasi untuk mengakses tempat tertentu tanpa harus menggunakan kendaraan sendiri. Para pelaku dunia usahapun memanfaatkan kemajuan ini dengan mengkoneksikan bidang usaha yang mereka jalani pada jaringan internet melalui aplikasi khusus yang dapat diakses oleh pengguna smartphone dengan cara mengunduhnya pada layanan yang ada.

Di Indonesia bisnis transportasi *online* sudah ada sejak tahun 2010 dan mengalami perkembangan pesat pada tahun 2015 hingga saat ini. Beberapa transportasi online di Indonesia seperti Gojek, Grab, Uber, Maxim. PT Gojek telah melekat di benak masyarakat meskipun kini Gojek memiliki kompetitor terkuatnya yaitu Grab. GoJek merupakan sebuah perusahaan teknologi asal Indonesia yang melayani angkutan melalui jasa ojek. Perusahaan ini didirikan oleh Nadiem Makarim pada tahun 2010. PT Gojek Indonesia sebagai perusahaan pionir yang menggagas jasa transportasi ojek online mampu merebut pangsa pasar terbukti hanya dalam kurun waktu tiga bulan layanan Gojek telah diunduh sebanyak 100.000 kali. Pada Januari 2015, aplikasi ini diunduh

---

<sup>6</sup> “<http://e-journal.uajy.ac.id>”, 2015.

<sup>7</sup> “Avinda Sevilla Permata, “Analisis Dampak Ojek Online Terhadap Pangkalan Ojek Griya Pasteur”, (2016).

sebanyak 32.360 kali, pada Februari 81.843 kali dan Maret 131.795 kali pada Tahun 2018 Aplikasi GoJek telah diunduh lebih dari 125 juta kali oleh pengguna Desember 2018.

**Tabel 1.1**  
*Top Brand Award* Layanan Transportasi Online

Merek	2017		2018		2019	
	TBI	TOP	TBI	TOP	TBI	TOP
Gojek	59.2%	TOP	44.9%	TOP	44.6%	TOP
Grab	28.2%	TOP	48.0%	TOP	43.1%	TOP
Uber	8.0%		-		-	
Blue-Jek	0.3%		-		-	

Sumber : <http://topbrand-award.com>

TBI atau *Top Brand Index* merupakan prestasi yang didapat dari hasil pemilihan konsumen yang kemudian akan mendapatkan kategori TOP apabila nilainya paling tinggi. Survei *Top Brand* ditujukan kepada pelanggan sebagai responden utama. Merek-merek yang mendapat predikat Top Brand adalah merek-merek yang dipilih oleh pelanggan secara langsung melalui survei. Survei *Top Brand* secara independen oleh Frontier Research sejak tahun 2000.<sup>8</sup>

Perbandingan pengguna jasa Go Food dan Grab Food di Indonesia memberikan gambaran bahwa pengguna jasa Go Food pada aplikasi Gojek lebih dominan di bandingkan Grab Food. Data tersebut secara tidak langsung memberikan gambaran bahwa terjadinya peningkatan penjualan Gojek (Go Food) selama tahun 2020.<sup>9</sup>

PT Gojek Indonesia memberikan layanan berbasis pada aplikasi Gojek yang dapat diunduh secara gratis pada masing-masing ponsel calon penggunanya. Dalam aplikasinya, PT

<sup>8</sup> “<http://topbrand-award.com>”, 2020.

<sup>9</sup> “[www.wartaekonomi.co.id](http://www.wartaekonomi.co.id)”, 2020.

GoJek Indonesia menawarkan berbagai macam layanan, mulai dari antar jemput dengan motor (*Goride*) atau mobil (*Gocar*), mengirim barang (*Gosend*), membantu pemindahan barang antar wilayah (*Gobox*), hingga layanan pembelian makanan atau

Go Food merupakan salah satu layanan yang menjadi andalan pada masa pandemi dan saat ini menjadi layanan pesan antar terbesar di Indonesia dengan memiliki 550 ribu mitra merchant yang terdaftar di aplikasi Gojek yang sudah tersebar di 74 Kota di Indonesia dengan 80% mitra merupakan kalangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)<sup>10</sup>

Pada masa Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) saat ini *Go Food* menjadi pilihan masyarakat untuk memesan makanan agar tetap dirumah dan tidak menimbulkan kerumunan. Selain itu kemudahan penggunaan dan ualitas pelayanan aplikasi juga menjadi pertimbangan pelanggan untuk memilih *Go Food*. Kemudahan penggunaan atau *perceived ease of use* di definisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa kemudahan penggunaan ini juga merupakan suatu keyakinan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa yakin bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa yakin bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya.<sup>11</sup> Sedangkan Kualitas layanan atau *e – service quality* adalah sejauh mana sebuah aplikasi dapat memfasilitasi pelanggan secara efektif serta efisien dalam belanja, pembelian dan sampai dengan pengiriman produk atau jasa. Apabila kesesuaian produk, keamanan data diri konsumen terjamin dan fungsi aplikasi yang maksimal sesuai

---

<sup>10</sup> “www.gojek.com”, 2020.

<sup>11</sup> Estu Mahanani dan Bida Sari, “Pengaruh Perceived Ease Ofuse, Word Ofmouthdan Service Qualityterhadap Keputusan Penggunaan Layanan Jasa Online Grab Pada Mahasiwa/I Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Upi-Y.a.I.”, Vol. 3 No. 74 (2019).

dengan harapan konsumen, maka keputusan penggunaan pada konsumen akan mengalami peningkatan.<sup>12</sup>

Keputusan penggunaan layanan jasa atau lebih dikenal dengan keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen. Menurut Sangadji dan Sopiah, Keputusan pembelian adalah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternative atau lebih, dan memilih salah satu diantaranya.<sup>13</sup> Perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal diatas atau kegiatan mengevaluasi.<sup>14</sup> konsep pengambilan keputusan dalam Islam lebih ditekankan pada sifat adil dan berhati-hati dalam menerima informasi seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Hujurat ayat 6:

ط  
يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَقْدِمُوا بَيْنَ يَدَيْ اللَّهِ وَرَسُولِهِ  
وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

*“Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.”<sup>15</sup>*

<sup>12</sup> Mohammad Ihsan dan Ade Perdana Siregar, “Pengaruh E-service Quality Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Ojek Online Go-Ride dalam Aplikasi Go-Jek melalui Kepercayaan Konsumen di Kota Jambi”, Vol. 4 No. 1 (2019), hal. 170, <https://doi.org/10.33087/jmas.v4i1.85>.

<sup>13</sup> Sangadji Etta Mamang & Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi, 2013).

<sup>14</sup> Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT. Gramedia, 2002).

<sup>15</sup> Kementerian Agama dan Republik Indonesia Wanita., *Al-Qur'an Al-Karim Tajwid dan Terjemahnya*, (Jawa Timur: Halim Publishing dan Distribusing, 2013).

Berdasarkan terjemahan ayat tersebut, diketahui bahwa umat muslim hendaknya berhati-hati dalam menerima suatu berita atau informasi. Sehingga ketika kita tidak memiliki pengetahuan tentang hal tersebut maka sebaiknya periksa dan teliti terlebih dahulu. Ayat ini juga dapat disandarkan dengan sikap berhati-hati untuk umat islam dalam hal membuat keputusan untuk mengonsumsi atau menggunakan suatu produk. Oleh karena itu Go Food juga menghadirkan beberapa program menarik untuk mendukung kebutuhan kuliner pelanggan selama Pemberlakuan Pembatasan kegiatan Masyarakat (PPKM) seperti promo yang menarik, selain itu Go Food juga menampilkan deretan mitra usaha UMKM dalam kategori khusus agar mempermudah pelanggan mengakses ragam kuliner UMKM terdekat di halaman utama. Pada dasarnya, Transportasi secara online diperbolehkan, karena dalam Qs. Yasin : 41-42 dijelaskan bahwa segala bentuk alat transportasi memang diciptakan untuk manusia agar dapat dikendarai.

وَأَيُّهُ هُمْ أَنَا حَمَلْنَا ذُرِّيَّتَهُمْ فِي الْفَلَكِ الْمَشْحُونِ ﴿٤١﴾

وَحَلَقْنَا لَهُمْ مِن مِّثْلِهِ مَا يَرْكَبُونَ ﴿٤٢﴾

*“Dan suatu tanda (kebesaran Allah) bagi mereka adalah bahwa kami angkut keturunan mereka dalam kapal yang penuh muatan, dan kami ciptakan (juga) untuk mereka (angkutan lain) seperti apa yang mereka kendarai”*.<sup>16</sup>

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka penulis tertarik untuk meneliti “Pengaruh *Perceived Ease Of Use* Dan *E- Service Quality* Terhadap Keputusan Dalam Menggunakan Fitur Go Food Dalam Perspektif Ekonomi Islam”

<sup>16</sup> Lulu Dzewin Nuha, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jasa Transportasi Online ‘Grabbike’ Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri ( Iain ) Ponorgo”, 2017, hal. 1–85,.



### C. Identifikasi dan Batasan Masalah

Permasalahan yang penulis ajukan dapat diidentifikasi permasalahannya sebagai berikut :

1. Intensitas banyak nya pengguna fitur *Go Food* pada sebuah situs resmi Gojek.com
2. Ketergantungan mahasiswa terhadap jasa pesan antar makanan pada masa Pembatasan Pemberlakuan kegiatan Masyarakat (PPKM)
3. Masih adanya keraguan memilih *Go Food* karena kualitas layanan dan kemudahan penggunaan serta banyak nya merk jasa transportasi online yang menyediakan layanan serupa.

Dari beberapa identifikasi tersebut, untuk menghasilkan penelitian yang lebih fokus penulis membatasi penelitian ini hanya berkaitan “Pengaruh *Perceived Ease Of Use* Dan *E-Service Quality* Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Fitur *Go Food* Dalam Perspektif Ekonomi Islam”

### D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan penulis, maka rumusan masalah adalah sebagai berikut :

1. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan fitur *Go Food* ?
2. Apakah *e- service quality* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan fitur *Go Food* ?
3. Apakah *perceived ease of use* dan *e- service quality* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan fitur *Go Food* ?

4. Bagaimanakah keputusan penggunaan dalam perspektif islam?

### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari pelaksanaan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah *perceived ease of use* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan fitur *Go Food*
2. Untuk mengetahui apakah *e- service quality* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan fitur *Go Food*
3. Untuk mengetahui apakah *perceived ease of use dan e- service quality* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan fitur *Go Food*
4. Untuk mengetahui keputusan penggunaan dalam perspektif islam

### **F. Manfaat Penelitian**

#### 1. Secara Praktis

##### a. Bagi Penulis

Untuk menambah wawasan serta pengetahuan tentang bagaimana pengaruh *perceived ease of use dan e- service quality* terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan fitur *go food* pada dalam perspektif ekonomi islam.

##### b. Bagi Pihak Lain

Seperti Konsumen dapat lebih teliti dalam mengambil keputusan menggunakan merk jasa transportasi *online* dengan membandingkan kemudahan penggunaan dan kualitas layanan fitur jasa transportasi *online* agar tidak ada penyesalan atau salah langka. Dan bagi Perusahaan diharapkan dapat membantu dan bermanfaat bagi pihak pengelola Fitur

Go Food sebagai masukan yang dapat menjadi pertimbangan dan menetapkan kebijakan dalam upaya memenuhi kebutuhan para konsumen serta bagi penelitian lainnya diharapkan mampu menjadi bahan referensi bagi penelitian-penelitian berikutnya dengan topik penelitian sejenis.

## 2. Secara Teoritik

- a. Sebagai informasi bagi mahasiswa/i fakultas ekonomi dan bisnis islam universitas islam negeri raden intan lampung, khususnya mahasiswa/I yang ingin melakukan penelitian mengenai *perceived ease to use* dan *e service quality* terhadap keputusan konsumen lebih lanjut.
- b. Akademisi penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran yang bermanfaat bagi bidang keilmuan ekonomi islam dan dapat di jadikan sebagai tambahan informasi dan pengetahuan yang bermanfaat bagi pembaca.

## G. Kajian Penelitian Yang Relevan

Penelitian terdahulu merupakan hal yang sangat bermanfaat untuk menjadi perbandingan dan acuan yang memberikan gambaran terhadap hasil hasil penelitian terdahulu menyangkut *perceived ease to use* dan *e service quality*. untuk itu pada bagian ini akan di berikan penjelasan beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan rencana penelitian ini. Terdapat bebrapa penelitian yang berkaitan dengan Pengaruh *Perceived Ease Of Use* Dan *E- Service Quality* Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Fitur *Go Food* Dalam Perspektif Ekonomi Islam.

Berikut ini adalah beberapa hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya

1. Tifani Lidiya Febri Arta, Siti Nur Azizah pada tahun 2020 melakukan penelitian yang berjudul “*Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Menggunakan Fitur Go-Food dalam Aplikasi Gojek*” Metode yang digunakan adalah non probability sampling yaitu purposive sampling. Sikap responden diukur dengan skala likert 4 tingkatan dan data yang diperoleh diolah dengan analisis SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) for windows versi 24. Analisis data menggunakan analisis deskriptif, dan analisis kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel *perceived usefulness* terhadap keputusan menggunakan fitur *Go-Food*, *perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan fitur *Go-Food*, *e-service quality* berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan fitur *Go-Food*, serta secara bersama-sama *perceived usefulness, perceived ease of use dan e-service quality* berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan fitur *Go-Food* dalam aplikasi Gojek.
2. Bagas Wahyu Nugroho, Tri Indra Wijaksana pada tahun 2021 melakukan penelitian berjudul “*Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Dan E-service Quality Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Go food Pada Umkm Di Jalan Sukabirus Sekitar Kawasan Telkom University*” Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik non probability sampling yaitu random sampling dalam penelitian ini menggunakan untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dari populasi peneliti menggunakan rumus yang dikemukakan oleh slovin dengan tingkat kepercayaan yang digunakan 95% dan nilai toleransi 5%, setelah dihitung didapat sampel sebanyak 98 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif serta

menggunakan metode uji T. Hasil penelitian ini adalah Persepsi *percieved usefulness* dari para pemilik UMKM terhadap penggunaan fitur layanan *Go-Food* di daerah Sukabirus desa Citeureup sekitar kawasan Telkom University cukup baik, persepsi *percieved ease of use* dari para pemilik UMKM terhadap penggunaan fitur layanan *Go-Food* di daerah Sukabirus desa Citeureup sekitar kawasan Telkom University cukup. Kemudian terdapat saran, pengembangan fitur *Go-Food* yang dilakukan oleh pihak Gojek hendaknya memperhatikan faktor- faktor yang mempengaruhi proses adopsi fitur *Go-Food*, pihak internal Gojek, sebaiknya terus mempertahankan dan meningkatkan keyakinan konsumen akan kemanfaatan fitur *Go-Food* untuk memesan makanan, serta memberikan kesempatan bagi konsumen untuk melakukan transaksi dengan cepat.

3. Estu Mahanani, Bida Sari pada tahun 2019 melakukan penelitian berjudul “Pengaruh *Perceived Ease Of Use, Word Of Mouth* Dan *Service Quality* Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Jasa Online Grab Pada Mahasiwa/I Fakulas Ekonomi Dan Bisnis Upi-Y.A.I.” Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif yaitu analisis statistik deskriptif dan model regresi. Tehnik pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program komputer SPSS 17.00. Populasi penelitian ini adalah seluruh pengguna aplikasi Grab di Jakarta Pusat. Pemilihan sampel menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria tertentu. Sampel penelitian adalah pengguna aplikasi Grab yaitu Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen UPI-Y.A.I. sebanyak 50 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa:
  - a. *Perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan layanan jasa online Grab. Hal ini menjelaskan bahwa semakin baik *Perceived ease of use*, maka akan semakin tinggi keputusan penggunaan layanan jasa online Grab. Hal ini dikarenakan jasa

- online Grab menyediakan kemudahan teknologi yang dapat mempermudah pelanggan dalam penggunaan layanan jasa online Grab.
- b. *Word of Mouth* berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan layanan jasa online Grab. Hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi *Word of Mouth*, maka akan semakin tinggi keputusan penggunaan layanan jasa online Grab. Hal ini menunjukkan bahwa pemasaran melalui media langsung, dalam arti komunikasi getok tular (dari mulut ke mulut) masih tetap efektif guna menambah jumlah pelanggan penggunaan layanan jasa online Grab.
  - c. *Service Quality* berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan layanan jasa online Grab. Hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi *Service Quality*, maka akan semakin tinggi keputusan penggunaan layanan jasa online Grab. Hal ini menunjukkan kualitas pelayanan harus terus ditingkatkan seiring persaingan bisnis yang semakin ketat sehingga dapat meningkatkan keputusan penggunaan layanan jasa online Grab.
  - d. *Perceived ease of use*, *Word of Mouth* dan *Service Quality* berpengaruh secara serentak dan signifikan terhadap keputusan penggunaan layanan jasa. Hal ini menunjukkan terdapat hubungan yang linier antara variabel independen (X1, X2, X3) dengan variabel dependen (Y) secara keseluruhan. Hal ini menjelaskan bahwa aspek *Perceived ease of use*, *Word of Mouth* dan *Service Quality* berperan besar dalam pengambilan keputusan penggunaan layanan jasa online Grab. Berdasarkan hasil uji determinasi terdapat pengaruh variabel independen (secara keseluruhan) terhadap variabel dependen yaitu sebesar 71,2%, sisanya sebesar 28,8% dipengaruhi faktor lain selain dalam penelitian ini.
4. Tommy Wiguna Nugraha, Dr. IBN Udayana, M.Si, Dr. Ambar Lukitaningsih, M.M pada tahun 2021 yang berjudul “Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease Of Use*

Dan *Subjective Norm Terhadap Purchase Intention Melalui Attitude Pengguna Olx*” Metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan metode kuesioner (angket). Tempat penelitian dilakukan di kampus UST terhadap minat pembeli menggunakan aplikasi OLX untuk melakukan pembelian barang. Pengambilan data dilaksanakan dengan penyebaran kuesioner penelitian secara langsung kepada responden mahasiswa UST pengguna OLX. Hasil penelitian ini *Perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan pada sikap dan niat beli, Persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap sikap dan niat beli, Subyektif norma berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap dan pembelian niat, Sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian.

5. Mohamad Rizan, Andrian Haro, Balqis Rahmadhina pada tahun 2019 berjudul “Pengaruh *Perceived Ease Of Use* Dan *Service Quality* Terhadap *Customer Satisfaction* Dengan *Trust* Sebagai *Intervening* (Studi Kasus Pada Pengguna Grab Di Wilayah Jakarta)” Metode pengumpulan data menggunakan metode survei dengan instrumen berupa kuesioner. Objek penelitian ini adalah 200 responden yang menggunakan aplikasi Grab di wilayah Jakarta. Analisis data menggunakan SPSS versi 22 dan SEM (*Structural Equation Model*) dari *software LISREL* versi 8.80 untuk mengolah dan menganalisa data hasil penelitian. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan: 1) *perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap *trust*, 2) *service quality* berpengaruh signifikan terhadap *trust*, 3) *trust* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*, 4) *perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*, 5) *service quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* 6) *perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* melalui *trust* sebagai *intervening*, 7) *service quality* berpengaruh

signifikan terhadap *customer satisfaction* melalui *trust* sebagai intervening untuk pengguna Grab di Jakarta.

6. Muhammad Iqbal, Abdul Kadir pada tahun 2019 berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Merchant Go Food Festival Duta Mall Banjarmasin*” Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian korelasional. Tujuan penelitian korelasional adalah untuk mengidentifikasi hubungan prediktif dengan menggunakan teknik korelasi atau teknik statistik, dengan sampel sebanyak 100 orang. Dan teknik analisis data dengan uji regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan Kualitas pelayanan dan Promosi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada *Merchant GoFood Festival Duta Mall Banjarmasin*. Variabel Kualitas Pelayanan dan Promosi juga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada *Merchant GoFood Festival Duta Mall Banjarmasin*. Sedangkan variabel yang dominan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian adalah Kualitas Pelayanan.
7. Irsyadul Fikri pada tahun 2020 berjudul “Pengaruh Harga, Promosi Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Menggunakan Jasa Go-Food Pada Aplikasi Go-Jek (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau)” Menggunakan metode deskriptif kuantitatif, yaitu suatu cara yang dapat menjelaskan hasil penelitian yang ada dengan menggunakan persamaan rumus matematis dan menghubungkannya dengan teori yang ada, kemudian ditarik kesimpulan. Hasil penelitian variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan jasa go food pada aplikasi go-jek pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Variabel promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan jasa go-food pada aplikasi go-jek pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Variabel Kemudahan



Penggunaan Aplikasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan jasa go-food pada aplikasi go-jek pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Variabel harga, promosi, dan kemudahan penggunaan aplikasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen menggunakan jasa go-food pada aplikasi go-jek pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat beberapa persamaan dan juga perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan peneliti lakukan. Adapun persamaan yang terdapat pada penelitian terdahulu dengan yang akan peneliti teliti terletak pada objek yang digunakan dalam penelitian tersebut, yang terdiri dari variabel independen (X) ataupun variabel dependen (Y). Persamaan dari keseluruhan penelitian yang sudah dipaparkan di atas dengan penelitian yang baru akan diteliti oleh peneliti terletak pada jenis penelitian yang digunakan, yaitu penelitian kuantitatif dengan metode serta penggunaan alat pengujian dan analisis data yang hampir serupa antara satu dengan yang lainnya.

Adapun yang menjadi perbedaan antara penelitian yang akan dilakukan ini dengan penelitian sebelumnya terdiri dari subjek, objek serta segmentasi penelitian yang dipilih dan yang diambil oleh setiap peneliti untuk kemudian dijadikan sampel/responden. Jika subjek yang diambil oleh peneliti untuk penelitian kali ini adalah setiap konsumen fitur *Go Food* Mahasiswa/i Ekonomi syariah UIN Raden Intan Lampung. Maka subjek, objek maupun segmentasi penelitian yang diambil pada penelitian sebelumnya berbeda-beda, meskipun variabel penelitian yang dipakai hampir serupa. Perbedaan lainnya juga terletak pada variabel dependen lainnya yang dipakai oleh peneliti terdahulu, namun tidak dipakai dalam penelitian ini. Selain itu terdapat kesenjangan

pada penelitian yang terdapat pada urutan ke-7 dengan penelitian yang lainnya. Penelitian dilakukan oleh Irsyadul Fikri yang berjudul “Pengaruh Harga, Promosi Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Menggunakan Jasa Go-Food Pada Aplikasi Go-Jek (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau)” yang memiliki hasil Variabel Kemudahan Penggunaan Aplikasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan jasa go-food pada aplikasi go-jek pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

## **H. Sistematika Penulisan**

Penelitian ini disusun dengan sistematika Bab yang terdiri dari : Bab I Pendahuluan, Bab II Landasan Teori dan Pengajuan Hipotesis, Bab III Metode Penelitian, Bab IV Hasil penelitian dan pembahasan, Bab V Penutup.

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab pendahuluan membahas tentang penegasan judul, latar belakang masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu yang relevan dan sistematika penulisan.

### **BAB II : LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS**

Menguraikan teori-teori yang dijadikan sebagai landasan dalam melakukan penelitian. Dari landasan teori dan penelitian terdahulu yang di terangkan di bab I maka di dapat kerangka pemikiran konseptual. Di akhir bab ini terdapat hipotesis penelitian.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tentang waktu dan tempat penelitian, pendekatan dan jenis penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional, pada akhir bab ini terdapat uji prasyarat analisis dan uji hipotesis.

#### BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab hasil penelitian dan pembahasan menguraikan tentang deskripsi data serta pembahasan hasil penelitian dan analisis.

#### BAB V PENUTUP

Bab penutup memaparkan tentang simpulan atas hasil pembahasan data penelitian serta rekomendasi.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan interpretasi yang telah diuraikan, maka dengan mengacu beberapa teori dan hasil penelitian sebelumnya, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Secara Parsial, Variabel *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan dengan nilai signifikan sebesar  $0,00 < 0,05$ , pengujian ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Variabel *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian yang memiliki nilai signifikan sebesar  $0,00 < 0,05$ , pengujian ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Keputusan penggunaan pada aplikasi *Go Food* dipengaruhi oleh Variabel *perceived ease of use* dan *e-service quality* hal ini dapat dibuktikan oleh nilai  $R^2$  sebesar 59,1% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian.
2. Secara simultan Variabel *perceived ease of use* dan *e-service quality* memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan hal ini dapat dibuktikan dengan didapatkan  $f_{hitung} > f_{tabel}$  yaitu sebesar  $67,242 > 2,70$  dengan angka signifikansi sebesar  $0,00 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima
3. Keputusan Penggunaan/Pembelian pada produk jasa dalam perspektif ekonomi islam, Konsep pengambilan keputusan dalam islam dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Hujurat ayat 6. Dijelaskan bahwa umat muslim hendaknya berhati-hati dalam menerima suatu berita atau informasi. Sehingga ketika kita tidak memiliki pengetahuan tentang hal tersebut maka sebaiknya periksa dan teliti terlebih dahulu. Ayat ini juga dapat disandarkan dengan sikap berhati-hati untuk umat islam dalam hal

membuat keputusan untuk mengonsumsi atau menggunakan suatu produk.

## **B. Rekomendasi**

1. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel *perceived ease of use* dan *e-service quality* mempengaruhi keputusan konsumen menggunakan jasa *Go food*. Oleh karena itu Gojek diharapkan tetap mempertahankan serta meningkatkan sistem operasi untuk penggunaan aplikasi agar lebih mudah digunakan dibanding pesaing dan layanan aplikasi *Go Food*.
2. Bagi akademisi dengan adanya penelitian yang dilakukan ini baiknya dapat dijadikan referensi dalam kegiatan belajar dan mengajar maupun dalam melakukan penelitian selanjutnya, khususnya pada yang berkenaan dengan *perceived ease of us* dan *e-service quality* terhadap keputusan penggunaan/pembelian.
3. Bagi peneliti selanjutnya agar kiranya bisa lebih dalam dan luas lagi mengenai permasalahan *perceived ease of use* dan *e-service quality*. Bisa dengan menambahkan variabel lainnya yang sejalan dan bisa memperkuat penelitian.

## DAFTAR RUJUKAN

### BUKU

- Agama, Kementerian, dan Republik Indonesia Wanita. *Al-Qur'an Al-Karim Tajwid dan Terjemahnya*. Jawa Timur: Halim Publishing dan Distribusing, 2013.
- Ahmad, Mustaq. *Mustaq Ahmad, Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Pustaka Al-Kutsar, 2001.
- Armstrong, Kotler. *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition*. England: Pearson Education, Inc, 2015.
- Bilson Simamora. *Memenangkan pasar dengan pemasaran efektif dan profitabel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003.
- . *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia, 2002.
- Boedi Abdullah. *Metode Penelitian Ekonomi Islam*. Jakarta: Pustaka Setia, 2014.
- Deddy, Mulyana. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja. Rosdakarya., 2005.
- Hakim, Lukman. *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*. Erlangga, 2012.
- Hugiono, dan Poerwantana. *Pengantar Ilmu Sejarah*. Jakarta: Rineka Cipta, 1992.
- J, Rakhmat. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosadakarya, n.d.
- Jogiyanto, Hm. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi, 2007.
- Kotler, Philip. and Armstrong, Garry. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Lupiyodi, Rambat. *Rambat Lupiyodi, Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat, 2001.

- Mahmoedin, H.As. *Etiket Pelayanan Bank*. Jakarta: PT. Gunung Agung, 2010.
- Margono. *Meteorologi Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta, 2004.
- Modul Ekonometrika. *Analisis dan Pengolahan Data dengan SPSS dan Eviews*, n.d.
- Moenir, A.S. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: PT Bumi Aksara., 2008.
- Muhammad Ismail Yusanto, Muhammad Karebet Widjajakusuma. *Menggagas Bisnis Islam*. Jakarta: Gema Insani Press, 2002.
- Noor, Juliyansyah. *Metode Penelitian*. Jakarta: Kencana, 2011.
- Peter, J. P. D. & Olson, J. C. *Consumer Behavior perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2010.
- Prajudi Atmosudirjo dalam Hasan. *Pokok-pokok Materi Teori Pengambilan Keputusan*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004.
- Rianto, M.Nur. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Riduwan dan H.Sunarto. *Pengantar Statistika Untuk Penelitian: Pendidikan, Sosial, Komunikasi, Ekonomi dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Samarqindi, Abdullah binAbdurrrahman Al - Darimi Al -. *Sunan Al darimi*. Qahirah: Dar al - hadist, 2000.
- Sangadji Etta Mamang & Sopiah. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi, 2013.
- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. *Perilaku Konsumen. Edisi ke Tujuh*. Jakarta: PT. Indeks, 2000.
- Sri, Vinna. *Ekonomi Mikro syariah*,. Bandung: Pustaka Setia, 2016.
- Sudjana. *Metode Statistik*. Bandung: PT Tarsito Bandung, 2005.
- Sugiyono. *Memahami penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2012.

- . *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&G*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sukarno Wibowo. *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung: Bandung: Pustaka Setia, 2013.
- Sunarto. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: AMUS Yogyakarta, 2006.
- Suryani, Tatik. *Perilaku Konsumen di Era Internet Implikasinya pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Tjiptono, Fandy. *Fandy Tjiptono. 2015. Strategi Pemasaran, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta*. Yogyakarta: Andi Offset, 2015.
- . *Strategi Peemasaran Edisi 3*. Yogyakarta: Andi Offset, 2008.
- V.Wiratna Sujarweni. *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS, 2015.

## **JURNAL**

- Arta, Tifani Lidiya Febri, dan Siti Nur Azizah. “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)*. Vol. 2 no. 2 (2020), hal. 291–303. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i2.478>.
- Avinda Sevilla Permata Avinda, “. “Analisis Dampak Ojek Online Terhadap Pangkalan Ojek Griya Pasteur”., 2016.
- Drewery, David, dan Ron McCarville. “Service quality”. *The Routledge Handbook of Consumer Behaviour in Hospitality and Tourism*. Vol. 6 no. 1 (2018), hal. 99–106. <https://doi.org/10.4324/9781315659657-13>.
- Fadillah, Dicky Kustrianto. “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ELEKTRONIK, NILAI PELANGGAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus Pada Pengguna Layanan Traveloka)”. Uin Syarif



Hidayatullah, 2017.

- Fikri, Irsyadul. “Pengaruh Harga, Promosi Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Menggunakan Jasa Go-Food Pada Aplikasi Go-Jek”. UIN Sultan Syarif Kasim, 2020.
- Harlan, Dwimastia. “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Risiko Persepsian Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Ebanking Pada Umkm Di Kota Yogyakarta”. Universitas Negeri Yogyakarta, 2014.
- Ihsan, Mohammad, dan Ade Perdana Siregar. “Pengaruh E-service Quality Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Ojek Online Go-Ride dalam Aplikasi Go-Jek melalui Kepercayaan Konsumen di Kota Jambi”. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*. Vol. 4 no. 1 (2019), hal. 170. <https://doi.org/10.33087/jmas.v4i1.85>.
- Jonathan, Hansel. “Analisis Pengaruh E-Service Quality terhadap Customer Satisfaction yang Berdampak pada Customer Loyalty PT Bayu Buana Travel Tbk”. *The Winners*. Vol. 14 no. 2 (2013), hal. 104. <https://doi.org/10.21512/tw.v14i2.650>.
- Mahanani, Estu, dan Bida Sari. “Pengaruh Perceived Ease Ofuse, Word Ofmouthdan Service Qualityterhadap Keputusan Penggunaan Layanan Jasa Online Grab Pada Mahasiswa/I Fakulas Ekonomi Dan Bisnis Upi-Y.a.I.”. *Ikhraith-Humaniora*. Vol. 3 no. 74 (2019).
- Mardikawati, Woro, dan Naili Farida. “LOYALITAS PELANGGAN , MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA PELANGGAN BUS EFISIENSI ( Studi PO Efisiensi Jurusan Yogyakarta-Cilacap )”. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 2 no. 1 (2013), hal. 64–75.
- Nugraha, Tommy Wiguna et al. “PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED EASE OF USE DAN SUBJECTIVE NORM TERHADAP PURCHASE INTENTION MELALUI ATTITUDE PENGGUNA OLX (Studi Kasus: Pada Mahasiswa UST Yogyakarta)”. *JBE (Jurnal Binkai Ekonomi)*.

Vol. 6 no. 2 (2021), hal. 12–27.  
<https://doi.org/10.54066/jbe.v6i2.102>.

Nuha, Lulu Dzewin. “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jasa Transportasi Online ‘Grabbike’ Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri ( Iain ) Ponorgo”., 2017, 1–85.

Suharyono. “PERILAKU KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM”. *STIESNU Bengkulu*. Vol. 4 (2018).

### **WEBSITE**

“<http://e-journal.uajy.ac.id>”., 2015.

“<http://topbrand-award.com>”., 2020.

“[www.gojek.com](http://www.gojek.com)”., 2020.

“[www.wartaekonomi.co.id](http://www.wartaekonomi.co.id)”., 2020.

# LAMPIRAN

## LAMPIRAN I

### Kuesioner Penelitian

**Pengaruh *Perceived Ease Of Use* dan *E – Service Quality* Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Fitur *Go Food* Dalam Perspektif Ekonomi Islam** (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung)

#### No.Responden:

Saudara/i responden yang terhormat,

Bersama ini, saya mohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuesioner dibawah ini. Informasi yang Saudara/i berikan merupakan bantuan yang sangat berarti untuk saya dalam menyelesaikan penelitian ini. Atas bantuan dan perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

#### I. Identitas

#### II. Responden :

Nama :

Usia :

Jenis kelamin :

Jurusan :

#### III. Petunjuk Pengisian:

Berilah tanda *check list* (√) pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat saudara/i. Kriteria penilaian:

STS: Sangat Tidak Setuju = skor 1

TS :Tidak Setuju = skor 2

KS : Kurang Setuju = skor 3

S : Setuju = skor 4

SS : Sangat Setuju = skor 5

Variabel	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
Perceived Ease Of Use ( Persepsi Kemudahan Penggunaan) X1	Mudah Di Pelajari					
	Saya mudah mempelajari cara membeli melalui layanan <i>Go-Food</i> pada aplikasi Go-Jek.					
	Pemesanan menggunakan layanan <i>Go-Food</i> lebih mudah dipelajari dibanding layanan merk jasa lain.					
	Mudah Di Pahami					
	Saya mudah memahami cara memesan menggunakan layanan <i>Go-Food</i> pada aplikasi Go-Jek.					
	Cara pemesanan menggunakan layanan <i>Go-Food</i> lebih mudah dipahami dibanding pesaing.					
	Simpel					
	Layanan <i>Go-Food</i> pada aplikasi Go-Jek simpel					

	dan mudah digunakan.					
	Cara pemesanan menggunakan layanan <i>Go-Food</i> pada aplikasi Go-Jek lebih simpel dibanding pesaing.					
	Mudah Pengoperasiannya					
	Pengoperasian layanan <i>Go-Food</i> pada aplikasi Go-Jek mudah untuk digunakan					
	Pengoperasian layanan <i>Go-Food</i> lebih mudah dibanding merk jasa lain.					
<i>E - Service Quality</i> (Kualitas Layanan Online) X2	Efisiensi					
	Melalui <i>Go Food</i> saya akan dengan mudah menemukan makanan yang akan saya pesan.					
	Aplikasi <i>Go Food</i> dapat digunakan dengan mudah yang memungkinkan Saya untuk menyelesaikan transaksi dengan cepat					
	Reliabilitas					
	Aplikasi <i>Go Food</i> memberikan waktu sesuai					
	Aplikasi <i>Go Food</i> memberikan pelayanan yang sesuai					
	Jaminan					

	Go Food memberi pertanggung jawaban atas permasalahan yang terjadi yang berasal dari aplikasinya					
	Go Food memberi saya kompensasi ganti rugi berupa penanganan produk ketika apa yang saya pesan tidak tiba tepat waktu					
	Privasi					
	Saya percaya Go Food dapat melindungi informasi pribadi (nama, nomor telepon, alamat) saya					
	Saya percaya GoFood dapat melindungi informasi transaksi (kartu kredit, kartu debit, Gopay, dll) milik saya.					
	Daya Tangkap					
	Aplikasi Go Food Memberi informasi tentang kapan layanan akan dilakukan					
	Aplikasi GoFood selalu siap menanggapi dan membantu masalah konsumen					
Keputusan Penggunaan Jasa (Variabel Y)	Kemantapan Pada Sebuah Jasa					
	Saya yakin produk yang ditawarkan layanan Go Food lebih baik dari merk jasa lain.					

	Saya yakin dengan kualitas produk yang ditawarkan layanan <i>Go Food</i> .					
	Kebiasaan dalam membeli dan menggunakan jasa					
	Saya biasa membeli menggunakan layanan <i>Go Food</i> .					
	Saya sering mengkonsumsi produk yang ditawarkan layanan <i>Go Food</i> .					
	Memberikan rekomendasi kepada orang lain					
	Saya memutuskan membeli menggunakan layanan <i>Go Food</i> setelah mendapat rekomendasi dari orang lain					
	Saya merekomendasikan untuk menggunakan layanan <i>Go Food</i> kepada orang lain.					
	Pengevaluasian terhadap produk jasa					
	Saya mengevaluasi beberapa produk yang ditawarkan <i>Go Food</i> dan pesaing sebelum melakukan pembelian					
	Saya lebih memilih membeli produk yang ditawarkan layanan <i>Go Food</i> .					
	Melakukan pembelian ulang					
	Saya sering melakukan pembelian ulang					



	menggunakan layanan <i>Go Food</i>					
	Saya sering melakukan pembelian ulang menggunakan layanan <i>Go Food</i>					

## Lampiran II

### Data Responden Dan Hasil Kueisioner

No	Nama Lengkap	Usia	Jenis Kelamin	Jurusan	Angkatan
1	Khodijah Amanah	21 tahun	Perempuan	Ekonomi Syariah	2018
2	Deivika Septa Nur Thoyba	22 tahun	Perempuan	Ekonomi Syariah	2018
3	Tri Merdawati	21 tahun	Perempuan	Ekonomi Syariah	2018
4	Feby Dalita	22 tahun	Perempuan	Ekonomi Syariah	2018
5	Aisyah Febrianti chairunisah	22 tahun	Perempuan	Ekonomi Syariah	2018
6	Verliza Resti	22 tahun	Perempuan	Ekonomi Syariah	2018
7	Cut ranie a	21 tahun	Perempuan	Ekonomi Syariah	2018
8	Mulya Rizky Pratama	21 tahun	Laki-Laki	Akuntansi Syariah	2018
9	Endang Rahayu	22 tahun	Perempuan	Ekonomi Syariah	2018
10	Faizah Nur Nabilla	21 tahun	Perempuan	Ekonomi Syariah	2018
11	Remitannisa Ayudia	21 tahun	Perempuan	Ekonomi Syariah	2018
12	DEVY SEPTI HERYANI	22 tahun	Perempuan	AkuntansiSyariah	2017
13	Siti Fahrur Nisa Khoirina	22 tahun	Perempuan	Ekonomi Syariah	2018
14	Cindy Anggraini	22 tahun	Perempuan	Ekonomi Syariah	2018
15	Fahra Andaresta	21 tahun	Perempuan	Ekonomi Syariah	2018

1 6	Desi Rahmawati	21 tahun	Perem puan	Ekonomi Syariah	2018
1 7	Raisa putri	21 tahun	Perem puan	Ekonomi Syariah	2018
1 8	Lathifa Asmawati	22 tahun	Perem puan	Ekonomi Syariah	2018
1 9	Misra Eva Diana	21 tahun	Perem puan	Ekonomi Syariah	2018
2 0	Putri Lestari	21 tahun	Perem puan	Ekonomi Syariah	2018
2 1	Salsa	21 tahun	Perem puan	Ekonomi Syariah	2018
2 2	Dhiya Athaya	21 tahun	Perem puan	Ekonomi Syariah	2018
2 3	Risa Nur Aulia	21 tahun	Perem puan	Ekonomi Syariah	2019
2 4	M.faisal Sukirno	23 tahun	Laki- Laki	Ekonomi Syariah	2018
2 5	Melinia	22 tahun	Perem puan	Ekonomi Syariah	2018
2 6	Ghandifi	21 tahun	Perem puan	Ekonomi Syariah	2018
2 7	Afnan Noor Azzumar	22 tahun	Laki- Laki	Ekonomi Syariah	2018
2 8	M Zodan	21 tahun	Laki- Laki	Ekonomi Syariah	2018
2 9	Adjie Hermawan	22 tahun	Perem puan	Manajemen Bisnis Syariah	2018
3 0	Dahlia Endang suara	22 tahun, 23 tahun	Perem puan	Ekonomi Syariah	2018
3 1	Nur Azizah Sambuaga	21 tahun	Perem puan	Ekonomi Syariah	2018
3 2	Muhammad Arrijal Ardha	22 tahun	Laki- Laki	Ekonomi Syariah	2018
3 3	Nurul Hidayati	22 tahun	Perem puan	Ekonomi Syariah	2018
3 3	Anggi Lestari	22 tahun	Perem	Ekonomi	2018

4			puan	Syariah	
3 5	Khalisa rizky q.n.	21 tahun	Perem puan	Ekonomi Syariah	2018
3 6	Tessa Mariska Toni	19 tahun	Perem puan	Ekonomi Syariah	2018
3 7	Andri Winata	23 tahun	Laki- Laki	Ekonomi Syariah	2017
3 8	Indah Febriani	20 tahun	Perem puan	Ekonomi Syariah	2019
3 9	Anang Badru	21 tahun	Laki- Laki	Ekonomi Syariah	2019
4 0	Alfina Ayu Rizkia	20 tahun	Perem puan	Ekonomi Syariah	2019
4 1	Muhammad Ziaul Ghufron	22 tahun	Laki- Laki	Ekonomi Syariah	2018
4 2	Laesa Junita	22 tahun	Perem puan	Ekonomi Syariah	2018
4 3	Deni aprizal	21 tahun	Laki- Laki	Ekonomi Syariah	2018
4 4	Alfionita Puspita Sari	22 tahun	Perem puan	Ekonomi Syariah	2017
4 5	Nurmala Dewi	23 tahun	Perem puan	Ekonomi Syariah	2017
4 6	Nero	23 tahun	Laki- Laki	Ekonomi Syariah	2017
4 7	Jenta sintia	22 tahun	Perem puan	Perbankan Syariah	2018
4 8	Nadira Najmi Fitriani	20 tahun	Perem puan	Perbankan Syariah	2019
4 9	Ragil Slimarja	22 tahun	Laki- Laki	Akuntansi Syariah	2018
5 0	Razi Jayamita	22 tahun	Laki- Laki	Perbankan Syariah	2018
5 1	Annisa Dafriyanti D	21 tahun	Perem puan	Ekonomi Syariah	2019
5 2	ARENIKA RAMESA PUTRI	21 tahun	Perem puan	Ekonomi Syariah	2019

53	Indra Kurniawan	21 tahun	Laki-Laki	Ekonomi Syariah	2018
54	Reza Fitri Lesdiana	23 tahun	Perempuan	Ekonomi Syariah	2018
55	Fika Indriani	21 tahun	Perempuan	Akuntansi Syariah	2018
56	Asri Prabaningtyas	22 tahun	Perempuan	Ekonomi Syariah	2018
57	Khairudin Sukro	22 tahun	Laki-Laki	Ekonomi Syariah	2018
58	Muhammad Ridho Athoillah	22 tahun	Laki-Laki	Ekonomi Syariah	2018
59	Muhammad Rizal	22 tahun	Laki-Laki	Perbankan Syariah	2017
60	Rio	23 tahun	Laki-Laki	Perbankan Syariah	2017
61	Candra Alim	22 tahun	Laki-Laki	Perbankan Syariah	2017
62	Muhammad Ramdhani	21 tahun	Laki-Laki	Ekonomi Syariah	2018
63	Roby Nizar Pratama	21 tahun	Laki-Laki	Perbankan Syariah	2017
64	Fajar fitriyanto	21 tahun	Laki-Laki	Ekonomi Syariah	2019
65	Ayu Wulandari	22 tahun	Perempuan	Ekonomi Syariah	2018
66	Anis Safitri	21 tahun	Perempuan	Perbankan Syariah	2018
67	Joko saputra	22 tahun	Laki-Laki	Akuntansi Syariah	2017
68	Malla Amelia	21 tahun	Perempuan	Ekonomi Syariah	2019
69	Hadi Yanto	22 tahun	Laki-Laki	Perbankan Syariah	2018
70	Yusuf Al Akhiri	23 tahun	Laki-Laki	Ekonomi Syariah	2017
71	Umi afifah	22 tahun	Perem	Manajemen	2018

1			puan	Bisnis Syariah	
7 2	Ami widiyastuti	21 tahun	Perempuan	Ekonomi Syariah	2019
7 3	Siti Rofiah	22 tahun	Perempuan	Ekonomi Syariah	2018
7 4	Aziza Indah Putri	22 tahun	Perempuan	Akuntansi Syariah	2017
7 5	Tuti Alawiyah	21 tahun	Perempuan	Ekonomi Syariah	2018
7 6	Winda Afrilia	22 tahun	Perempuan	Akuntansi Syariah	2018
7 7	Nira dk	22 tahun	Perempuan	Manajemen Bisnis Syariah	2018
7 8	Aulia Rosmaniar	22 tahun	Perempuan	Manajemen Bisnis Syariah	2018
7 9	Nunung Yuliawati	23 tahun	Perempuan	Manajemen Bisnis Syariah	2018
8 0	Sharmila	22 tahun	Perempuan	Akuntansi Syariah	2018
8 1	Anggi Reza Khasanah	22 tahun	Perempuan	Akuntansi Syariah	2018
8 2	Lodia Tri Nur Rohaini	23 tahun	Perempuan	Akuntansi Syariah	2018
8 3	Rizki Taufikurohman	21 tahun	Laki-Laki	Akuntansi Syariah	2018
8 4	TP Ganesha	21 tahun	Laki-Laki	Manajemen Bisnis Syariah	2018
8 5	Tara Damayanti	21 tahun	Perempuan	Akuntansi Syariah	2018
8 6	Titik Anggara	21 tahun	Perempuan	Akuntansi Syariah	2018
8 7	Ermy Fitria	22 tahun	Perempuan	Manajemen Bisnis Syariah	2018
8 8	Linda desnanita	22 tahun	Perempuan	Akuntansi Syariah	2018
8 9	Lisna Aryani	21 tahun	Perempuan	Akuntansi Syariah	2018

90	Triyanti Azlaila Nurul Khotimah	22 tahun	Perempuan	Akuntansi Syariah	2018
91	Yusuf Al Akhiri	23 tahun	Laki-Laki	Perbankan Syariah	2017
92	M. Athallah Aqil	22 tahun	Laki-Laki	Akuntansi Syariah	2017
93	Farhan Saepuloh	24 tahun	Laki-Laki	Manajemen Bisnis Syariah	2017
94	Panji Putra Pramana	21 tahun	Laki-Laki	Akuntansi Syariah	2019
95	Bagus Saputra	21 tahun	Laki-Laki	Perbankan Syariah	2019
96	Arlina mita widyastuti	21 tahun	Perempuan	Ekonomi Syariah	2019

### Lampiran III

#### Statistik data Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

#### Uji validitas Variabel X1

#### Correlations

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	Total
X1.1 Pearson Correlation	1	.530*	.522*	.611*	.615*	.611*	.634*	.642*	.753*
X1.1 Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
X1.1 N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
X1.2 Pearson Correlation	.530*	1	.566*	.874*	.671*	.847*	.754*	.782*	.877*
X1.2 Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
X1.2 N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
X1.3 Pearson Correlation	.522*	.566*	1	.587*	.537*	.609*	.637*	.613*	.756*
X1.3 Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
X1.3 N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
X1.4 Pearson Correlation	.611*	.874*	.587*	1	.708*	.941*	.737*	.869*	.924*
X1.4 Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
X1.4 N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
X1.5 Pearson Correlation	.615*	.671*	.537*	.708*	1	.734*	.708*	.660*	.815*



	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75
	Pearson Correlation	.611*	.847*	.609*	.941*	.734*	1	.719*	.851*
X1.6	n								
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75
	Pearson Correlation	.634*	.754*	.637*	.737*	.708*	.719*	1	.818*
X1.7	n								
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75
	Pearson Correlation	.642*	.782*	.613*	.869*	.660*	.851*	.818*	1
X1.8	n								
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75
	Pearson Correlation	.753*	.877*	.756*	.924*	.815*	.922*	.875*	.913*
Tota	n								
l	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).





X2.9	Pearson Correlation	.341**	.324**	.398**	.324**	.370**	.241*	.621**	.655**	1	.595**	.680**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.000	.001	.000	.018	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X2.10	Pearson Correlation	.327**	.291**	.422**	.508**	.431**	.313**	.548**	.654**	.595**	1	.724**
	Sig. (2-tailed)	.001	.004	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Total	Pearson Correlation	.691**	.641**	.725**	.634**	.748**	.616**	.796**	.798**	.680**	.724**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).





Total	Pearson	.72	.70	.80	.82	.65	.80	.45	.72	.77	1
	Correlation	0**	5**	4**	1**	7**	4**	8**	4**	6**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Uji Reliabelitas X1

#### Uji Reliabelitas X2

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.928	8

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.883	10

### Uji Reliabelitas Y

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.882	9

## Lampiran IV

### Uji Prasyarat

#### Uji Normalitas

##### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2.67432550
	Absolute	.127
Most Extreme Differences	Positive	.074
	Negative	-.127
Kolmogorov-Smirnov Z		1.249
Asymp. Sig. (2-tailed)		.088

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

#### Uji Linearitas

##### Variabel Y \* X1

##### Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Variabel Y * Variabel X1	96	100.0%	0	0.0%	96	100.0%



## Report

Variabel Y

Variabel X1	Mean	N	Std. Deviation
26	30.00	2	.000
27	28.00	1	.
28	33.00	1	.
29	30.50	2	3.536
30	33.00	1	.
31	34.00	4	3.367
32	34.62	26	2.061
33	34.00	14	2.935
34	34.89	9	2.571
35	36.33	3	1.155
36	34.00	3	1.732
37	36.67	6	3.777
38	40.00	3	1.000
39	40.00	1	.
40	41.30	20	3.799
Total	36.02	96	4.183

### ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Variabel Y * Variabel X1	(Combined )	988.216	1	70.587	8.486	.000
	Between Groups	889.246	1	889.246	106.909	.000
	Deviation from Linearity	98.969	1	7.613	.915	.541
			3			

Within Groups	673.743	8	1	8.318		
Total	1661.95	8	5			

**Measures of Association**

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Variabel Y *				
Variabel X1	.731	.535	.771	.595

**Variabel Y \* X2**

**Case Processing Summary**

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Variabel Y *	96	100.0%	0	0.0%	96	100.0%
Variabel X1						

## Report

Variabel Y

Variabel X1	Mean	N	Std. Deviation
32.00	29.0000	1	.
33.00	29.0000	2	1.41421
34.00	35.0000	1	.
35.00	31.0000	1	.
36.00	34.0000	1	.
37.00	34.5000	2	2.12132
38.00	34.6250	8	1.99553
39.00	34.2500	12	2.22077
40.00	34.5455	22	3.11261
41.00	34.4000	10	2.75681
42.00	35.3333	6	4.22690
43.00	38.5000	2	3.53553
44.00	39.5000	4	3.69685
45.00	39.6667	6	2.94392
46.00	35.7500	4	2.87228
47.00	42.5000	2	3.53553
48.00	39.0000	2	5.65685
49.00	39.0000	2	4.24264
50.00	42.6250	8	3.88909
Total	36.0208	96	4.18262

**ANOVA Table**

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Variabel Y * Variabel X1	(Combined )	922.187	18	51.233	5.333	.000
	Between Groups	755.089	1	755.089	78.594	.000
	Deviation from Linearity	167.098	17	9.829	1.023	.444
	Within Groups	739.771	17	9.607		
	Total	1661.958	19			

**Measures of Association**

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Variabel Y * Variabel X1	.674	.454	.745	.555

## Lampiran V

### Teknik Analisis Regresi Linear Berganda

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Variabel X2, Variabel X1 <sup>b</sup>		Enter

- a. Dependent Variable: Variabel Y  
b. All requested variables entered.

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.769 <sup>a</sup>	.591	.582	2.703

- a. Predictors: (Constant), Variabel X2, Variabel X1

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	982.517	2	491.258	67.242	.000 <sup>b</sup>
	Residual	679.442	93	7.306		
	Total	1661.958	95			

- a. Dependent Variable: Variabel Y  
b. Predictors: (Constant), Variabel X2, Variabel X1

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
	(Constant)	2.437	2.949			
1	Variabel X1	.580	.104	.508	5.579	.000
	Variabel X2	.327	.091	.325	3.573	.001

a. Dependent Variable: Variabel Y

PENGARUH PERCEIVED EASE OF  
USE DAN E- SERVICE QUALITY  
TERHADAP KEPUTUSAN  
MAHASISWA DALAM  
MENGUNAKAN FITUR GO  
FOOD DALAM PERSPEKTIF  
EKONOMI ISLAM

*by* Rani Yulita

---

**Submission date:** 18-May-2022 04:25PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 1838989085

**File name:** a\_Menggunakan\_Fitur\_Go\_Food\_Dalam\_Perspektif\_Ekonomi\_Islam...docx (156.33K)

**Word count:** 7395

**Character count:** 46631

PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE DAN E- SERVICE QUALITY  
TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA DALAM MENGGUNAKAN  
FITUR GO FOOD DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

ORIGINALITY REPORT

16%

SIMILARITY INDEX

15%

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

8%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	<a href="https://repository.radenintan.ac.id">repository.radenintan.ac.id</a> Internet Source	6%
2	<a href="https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id">openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id</a> Internet Source	1%
3	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	1%
4	Submitted to UIN Raden Intan Lampung Student Paper	1%
5	<a href="https://repository.uin-suska.ac.id">repository.uin-suska.ac.id</a> Internet Source	1%
6	<a href="https://es.febi.radenintan.ac.id">es.febi.radenintan.ac.id</a> Internet Source	<1%
7	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	<1%
8	Submitted to Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya Student Paper	<1%



9	<a href="https://repository.ub.ac.id">repository.ub.ac.id</a> Internet Source	<1 %
10	Submitted to Universitas Jember Student Paper	<1 %
11	<a href="https://id.123dok.com">id.123dok.com</a> Internet Source	<1 %
12	Emeralda Galuh Pasa, Jeni Wulandari, Diang Adistya. "ANALISIS E-TRUST, E-WOM DAN E-SERVICE QUALITY DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE", Jurnal Perspektif Bisnis, 2020 Publication	<1 %
13	Atika Wiguna, Suyoto Suyoto. "ANALISIS PENGARUH IKLAN TELEVISI, EKUITAS MEREK, DAN DAYA TARIK CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH", Media Ekonomi, 2016 Publication	<1 %
14	Submitted to Universitas Krisnadwipayana - Faculty of Administration Student Paper	<1 %
15	<a href="https://repository.unbari.ac.id">repository.unbari.ac.id</a> Internet Source	<1 %
16	<a href="https://ejournal.stiepancasetia.ac.id">ejournal.stiepancasetia.ac.id</a> Internet Source	<1 %
	<a href="https://journal.stieputrabangsa.ac.id">journal.stieputrabangsa.ac.id</a>	

17	Internet Source	<1 %
18	Submitted to Universitas Islam Malang Student Paper	<1 %
19	vibdoc.com Internet Source	<1 %
20	Submitted to Universitas Semarang Student Paper	<1 %
21	itbsemarang.ac.id Internet Source	<1 %
22	Submitted to iGroup Student Paper	<1 %
23	repository.uph.edu Internet Source	<1 %
24	Submitted to Academic Library Consortium Student Paper	<1 %
25	adoc.pub Internet Source	<1 %
26	media.neliti.com Internet Source	<1 %
27	repo.darmajaya.ac.id Internet Source	<1 %
28	repository.radenfatah.ac.id Internet Source	<1 %

29	<a href="http://repository.umj.ac.id">repository.umj.ac.id</a> Internet Source	<1 %
30	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	<1 %
31	<a href="http://astriedtungga.blogspot.com">astriedtungga.blogspot.com</a> Internet Source	<1 %
32	<a href="http://core.ac.uk">core.ac.uk</a> Internet Source	<1 %
33	<a href="http://edoc.pub">edoc.pub</a> Internet Source	<1 %
34	<a href="http://issuu.com">issuu.com</a> Internet Source	<1 %
35	<a href="http://jurnal.undhirabali.ac.id">jurnal.undhirabali.ac.id</a> Internet Source	<1 %
36	<a href="http://opac.stainkudus.ac.id">opac.stainkudus.ac.id</a> Internet Source	<1 %
37	<a href="http://repository.iainkudus.ac.id">repository.iainkudus.ac.id</a> Internet Source	<1 %
38	<a href="http://www.cbcg.me">www.cbcg.me</a> Internet Source	<1 %
39	<a href="http://etd.iain-padangsidempuan.ac.id">etd.iain-padangsidempuan.ac.id</a> Internet Source	<1 %
40	<a href="http://repositori.usu.ac.id">repositori.usu.ac.id</a> Internet Source	<1 %

---

Exclude quotes  On

Exclude bibliography  On

Exclude matches  = 5 words