

**PENGARUH PENGGUNAAN FITUR *GRABFOOD*
TERHADAP PENINGKATAN KINERJA KARYAWAN
KISS.FM**

SKRIPSI

OLEH:

IRZHA MAULANA SUHENDAR

NPM: 1703110062

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

MEDAN

2022

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat di setujui untuk di pertahankan dalam ujian skripsi oleh :

Nama Mahasiswa : **IRZHA MAULANA SUHENDAR**

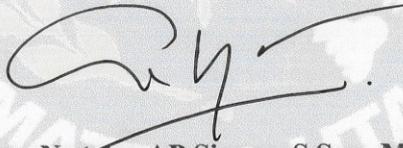
NPM : 1703110062

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : PENGARUH PENGGUNAAN FITUR
GRABFOOD TERHADAP PENINGKATAN
KINERJA KARYAWAN KISS.FM

Medan, 29 Maret 2022

PEMBIMBING



Corry Navrica AP Sinaga, S.Sos., M.A.

Disetujui Oleh:

KETUA PROGRAM STUDI



Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom



Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., M.SP

BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Oleh:

Nama Mahasiswa : **IRZHA MAULANA SUHENDAR**

NPM : 1703110062

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Pada hari,tanggal : Selasa, 29 Maret 2022

Waktu : 08.00 s.d Selesai

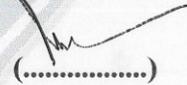
TIM PENGUJI

PENGUJI I : **Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos., M.A.P.**



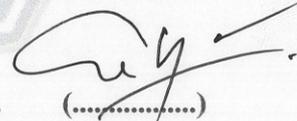
(.....)

PENGUJI II : **Dr. ANANG ANAS AZHAR, M.A.**



(.....)

PENGUJI III : **CORRY NOVRICA AP SINAGA, S.Sos., M.A.**



(.....)

PANITIA UJIAN

Ketua

Sekretaris


Dr. ARIIRIN SALEH, S.Sos., MSP


ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom.



PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, **Irzha Maulana Suhendar**, NPM **1703110062**, menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau memplagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kerjasama di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila di kemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi:

1. Skripsi saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian skripsi saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 29 Maret 2022

Yang menyatakan,



IRZHA MAULANA SUHENDAR

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah rabbil'alaminn, puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat tersusun hingga selesai. Shalawat dan salam tercurah kepada Nabi Muhammad Shalallahu alaihiwassalam yang telah membawa kabar tentang ilmu pengetahuan kepada umatnya agar berguna untuk kehidupan di dunia dan akhirat kelak.

Skripsi merupakan salah satu syarat wajib untuk menyelesaikan pendidikan sarjana di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Skripsi ini berjudul "**PENGARUH PENGGUNAAN FITUR *GRABFOOD* TERHADAP PENINGKATAN KINERJA KARYAWAN KISS.FM**". Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena dalam proses penyelesaiannya tidak terhindar dari kesulitan dan hambatan dalam penyusunannya. Dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini hingga selesai.

Tak lupa pula peneliti berterima kasih kepada Orang Tua tercinta Ayahanda Ir. Daryuli dan Ibunda Susiati yang telah membesarkan, mendidik, selalu mengingatkan, memberi dukungan moral ataupun materi, nasehat serta lantunan doa dan berkah yang tidak pernah putus kepada anaknya. Sehingga anakmu ini telah mampu menyelesaikan penelitian skripsi ini. Banyak pihak juga yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini, peneliti menyadari

seungguhnya bahwa skripsi ini tidak akan mungkin terselesaikan tanpa doa, usaha, bimbingan, dan juga arahan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos., MSP. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Drs. Zulfahmi, M.I.Kom. Selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom. Selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara sekaligus sebagai Dosen Pembimbing Akademik peneliti.
6. Bapak Faizal Hamzah Lubis, S.Sos., M.I.Kom. Selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Ibu Corry Novrica AP Sinaga, S.Sos., M.A. Selaku Dosen Pembimbing bagi peneliti dalam pengerjaan skripsi ini yang selalu mendidik, mendukung, dan memberikan masukan dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah mendidik peneliti sampai sekarang ini.

9. Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah membantu terkait surat menyurat peneliti dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Keluarga peneliti yang mendukung dan mendoakan peneliti dalam penyelesaian skripsi ini. Kepada Abangda Imam Suhendar tercinta, Nenek terkasih dan tersayang Hj. Sumarti, dan juga Tante tersayang Susi Hartini, yang selalu memberikan semangat, nasihat serta doa yang tidak pernah putus kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
11. Terima kasih kepada teman-teman tersayang Dio Adyatama, Dara Tasya Adilla, S.I.Kom., Pam Sellawati Winarno, S.I.Kom. yang selalu membantu peneliti sejak awal perkuliahan, terima kasih atas waktu yang telah kalian luangkan untuk membantu peneliti menyelesaikan segala tahapan yang harus peneliti lalui serta memberikan semangat terus menerus dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Teruntuk Nadhira Kama Fahira L.Toruan, S.I.Kom. yang tidak pernah berhenti dan lelah untuk mengingatkan serta meyakinkan peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini, memberikan segala bentuk dukungan dan juga selalu ada kapanpun saat dibutuhkan. Terima kasih banyak.
13. Teruntuk sahabat tercinta, tersayang setanah air Abangda Arrifil Abrar Zero Logic, Abib Otang Lorem Ipsum, Teja Anto Lim, Domsminic Toretto, Frans Entrepreneur Tambunan, Fitrayadi Si Ganteng Kami, Rio

Emosian Siburian, Oscar Zufrizal Jonanca, Sugirahman Hakim, Hans Lucu Pratoga, Sophan Hitam Nugraha, Jihad Octaf Xr, Ayahanda Dhimas, serta Abangda kami Reza Proyek Fahlevi yang selalu menghibur dan membantu di kala peneliti menghadapi kesulitan selama ini.

14. Kepada teman-teman Rufu Coffee Abangda Andrea Nicholas, Abangda Irdo Rapuha, serta Abangda Randy Wahyu Pembalap yang telah memberikan bantuan yang cukup banyak dalam segala bentuk kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.

15. Terima kasih kepada Stasiun Radio Kiss FM Medan yang telah bersedia untuk saya jadikan tempat penelitian dan membantu saya melengkapi penelitian pada skripsi ini.

16. Seluruh pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per-satu. Insya Allah bantuan yang diberikan menjadi ladang amal baik, Amin.

Dan yang terakhir ucapan terima kasih untuk diri sendiri, yang telah berjuang dan berusaha sampai ke titik ini sehingga akhirnya dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini dengan baik, terima kasih sudah menjadi pribadi yang kuat dan sabar. Dengan selesainya skripsi ini bukan berarti peneliti telah selesai menghadapi proses kehidupan, untuk itu peneliti memberikan pesan kepada diri sendiri untuk tetap menjadi pribadi yang kuat, sabar, dan terus berproses menjadi lebih baik agar dapat menghadapi serta melewati proses kehidupan yang tidak selalu mulus dan mudah untuk dijalani.

Akhir kata peneliti memohon maaf jika dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kesalahan dan kekurangan. Baik pada penyusunan, penulisan, tata bahasa maupun segi ilmiah ataupun isinya. Untuk itu peneliti memohon maaf dan memohon ampun kepada Allah SWT, serta berharap kiranya Allah SWT dapat membalas kebaikan, doa, dan bantuan yang telah diberikan semua pihak kepada peneliti, Amin.

Medan, 05 Januari 2022

Penulis,

Irzha Maulana Suhendar

**PENGARUH PENGGUNAAN FITUR *GRABFOOD* TERHADAP
PENINGKATAN KINERJA KARYAWAN KISS.FM**

IRZHA MAULANA SUHENDAR

NPM: 1703110062

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul *Pengaruh Penggunaan Fitur GRABFOOD Terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan KISS FM*. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana pengaruh penggunaan fitur GRABFOOD terhadap peningkatan kinerja karyawan KISS FM. Teori yang digunakan dalam penelitian ini antara lain; Teori Komunikasi, Komunikasi Pemasaran, Komunikasi Pemasaran Digital, Perkembangan Teknologi Komunikasi, *New Media*, Internet, Kinerja dan Pengukuran Kinerja. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode penelitian korelasional. Yang menjadi populasi dan sampel pada penelitian ini adalah seluruh karyawan KISS FM yang berjumlah 35 orang dengan perhitungan total sampling atau menggunakan seluruh karyawan karena berjumlah di bawah 100. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dengan melakukan penyebaran kuesioner untuk memperoleh data. Kemudian teknik analisis data menggunakan analisis tabel tunggal, analisis tabel silang, dan uji hipotesis dengan menggunakan rumus koefisien korelasi tata jenjang (*Spearman's Rank Order Correlations*) melalui aplikasi SPSS versi 26. Dari hasil uji hipotesis, dijelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan fitur GRABFOOD terhadap peningkatan kinerja karyawan KISS FM yang diperoleh dengan nilai koefisien 0,348 dalam skala hubungan yang menjelaskan korelasi rendah tapi pasti. Kemudian hasil uji determinasi didapati bahwa penggunaan fitur GRABFOOD berpengaruh sebesar 12,11% terhadap peningkatan kinerja karyawan KISS FM. Terakhir, dengan pertanyaan terbuka (essay) yang peneliti tambahkan kedalam kuesioner untuk memperkuat alasan dan jawaban dari penelitian ini, disimpulkan bahwa semua karyawan KISS FM sebanyak 35 orang yang dimana seluruhnya menjadi responden memberikan pernyataan yang positif yaitu bahwa mereka memang menggunakan fitur GRABFOOD saat berkerja di kantor, serta mereka juga merasa dengan adanya promo dan diskon yang diberikan oleh fitur GRABFOOD membantu dalam menghemat uang mereka untuk membeli makanan/minuman karena harganya menjadi lebih murah dibandingkan membeli langsung keluar. Dan pernyataan terakhir bahwa fitur GRABFOOD juga membantu mereka dalam hal efisiensi waktu dan tenaga karena mereka hanya tinggal menunggu pesanan datang dan tidak perlu repot-repot keluar kantor untuk membeli makanan.

Kata Kunci: Pengaruh, Penggunaan Fitur GRABFOOD, Kinerja Karyawan.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK.....	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Pembatasan Masalah	10
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II URAIAN TEORITIS	13
2.1 Pengertian Komunikasi	13
2.2 Teori Komunikasi.....	11
2.3 Komunikasi Pemasaran	16
2.3.1. Komunikasi Pemasaran Digital	17
2.4 Kinerja dan Pengukuran Kinerja	18
2.5 Perkembangan Teknologi Komunikasi	20
2.6. <i>New Media</i>	22
2.7. Internet	24
2.8. Fitur Grabfood.....	26
2.9. P.T Kidung Indah Selaras Suara (KISS FM)	27
2.10 Hipotesis.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Jenis Penelitian	29
3.2 Kerangka Konsep	29
3.3 Definisi Konsep.....	30
3.4 Definisi Operasional.....	30
3.5 Populasi dan Sampel	34
3.6 Teknik Pengumpulan Data	35
3.7 Teknik Analisis Data	36
3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	40

4.1 Hasil Penelitian	40
4.2 Deskripsi Data Responden	41
4.3 Analisis Tabel Silang	56
4.4 Uji Hipotesis	65
4.5 Pembahasan	67
BAB V PENUTUP	71
5.1 Simpulan.....	71
5.2 Saran.....	72

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sebuah organisasi atau lembaga dalam menjalankan kegiatan untuk mencapai tujuannya memiliki beberapa faktor yang saling terikat dan berpengaruh. Salah satu faktor yang sangat penting digunakan untuk menggerakkan faktor lainnya yaitu sumber daya manusia. Oleh sebab itu organisasi dituntut untuk mengelola dan mengoptimalkan sumber daya manusia. Menurut Marihot (2005: 2), Pengelolaan sumber daya manusia sendiri sangat penting dalam suatu perusahaan. Karena pengelolaan SDM itu sendiri untuk mendapatkan karyawan-karyawan yang handal dan mampu melaksanakan tugasnya secara benar dan tanggung jawab yang dapat meningkatkan efektifitas organisasi dalam rangka mencapai tujuan.

Menurut Siagan (2002), kinerja karyawan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu: gaji, lingkungan kerja, budaya organisasi, kepemimpinan dan motivasi kerja, disiplin kerja, kepuasan kerja, komunikasi dan faktor-faktor lainnya.

Perkembangan teknologi informasi pada era globalisasi saat ini berkembang dengan pesat. Seiring berjalannya waktu, di era globalisasi perkembangan teknologi mengambil peranan yang penting karena mempermudah manusia dalam melakukan berbagai aktivitas kehidupan. Di saat ini, dunia mengenal teknologi yang dinamakan media internet, dimana

setiap orang melalui media ini dapat memperoleh dan menyampaikan informasi yang dibutuhkan kapan dan dimana saja. Media internet pun selain menjadi salah satu sarana komunikasi dan juga memberikan peluang bagi siapa saja untuk menjalankan bisnis. Mengikuti perkembangan yang ada membuat masyarakat yang bersifat tradisional berubah menjadi semakin modern baik perilaku maupun budaya.

Di zaman sekarang ini teknologi informasi dan perkembangan dunia Internet sudah maju dan berkembang pesat. dalam perekonomian suatu negara, teknologi informasi dirasakan memiliki peran yang sangat penting. Dengan kemajuan teknologi informasi akan meningkatkan kemampuan produktifitas dunia industri seperti industri kreatif yang berbasis teknologi informasi.

Perkembangan dari teknologi informasi pada zaman sekarang yaitu adanya kemudahan bagi para pelaku usaha untuk memasarkan produk atau jasa yang akan ditawarkan kepada konsumen melalui aplikasi berbasis online, jasa / layanan merupakan setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan saatu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Jasa dapat dikaitkan dengan produk fisik, tetapi bisa juga tidak dikaitkan dengan produk fisik.

Salah satu bentuk dari jasa itu adalah transportasi. Jasa transportasi di masa sekarang ini merupakan sarana yang sangat penting di dalam kehidupan masyarakat untuk mempermudah segala aktivitas yang dilakukan

sehari-hari. Transportasi diciptakan dengan tujuan untuk mempermudah seseorang yang ingin berpergian.

Saat ini muncul transportasi yang dapat diakses menggunakan aplikasi pada smartphone yang bisa disebut sebagai transportasi online. Salah satu perusahaan yang bisa disebut sebagai transportasi online yang kini berkembang pesat yaitu PT. Grab Indonesia. Grab hadir di Indonesia pada tahun 2014, Grab diawal kemunculannya memperkenalkan GrabTaxi sebagai alat transportasi yang dapat di akses masyarakat secara online. Dengan kebutuhan masyarakat yang semakin bertambah membuat Grab memperkenalkan trobosan-trobosan terbaru untuk mempermudah masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari- hari, dengan mulai memperkenalkan GrabCar, GrabBike, GrabExpress, dan yang terakhir GrabFood.

PT. Grab Indonesia pada awalnya hanya bisa di akses di beberapa daerah saja tetapi seiring berjalannya waktu Grab mulai menyebarkan aplikasinya hampir keseluruhan daerah di Indonesia. Grab sekarang muncul di 139 kota di Indonesia. Bengkulu adalah salah satu daerah yang sudah menggunakan aplikasi Grab, Di kota Bengkulu sendiri Grab hadir pertama kali pada tahun akhir tahun 2017, Namun dengan cepat berkembang dan menumbuhkan minat masyarakat bengkulu untuk menggunakan layanan berbasis aplikasi ini. Layanan Grab belakangan ini semakin diminati, salah satunya yang paling diminati sekarang adalah GrabFood, Layanan yang seperti ini semakin diminati masyarakat karena masyarakat tidak perlu datang langsung ke tempat makan atau restoran yang diinginkan melainkan mereka

hannya tinggal memesan makanan lewat aplikasi Grab dari smartphone mereka masing- masing.

Layanan GrabFood merupakan salah satu aplikasi pemesan makanan secara online yang terdapat di aplikasi Grab, serta menggunakan pengantaran yang mana barang yang dipesan nantinya akan diantarkan oleh kurir (orang bertugas mengantarkan barang) kepada pelanggan yang telah memesan. Dalam hal ini kualitas pelayanan yang diberikan kurir terhadap pelanggan akan menentukan tingkat kepuasan pelanggannya, dimana setelah pelanggan menerima pesanan para pelanggan akan memberi bintang kepada para kurir di dalam aplikasi yang berarti pendapat antara puas atau tidak puas terhadap kualitas pelayanan yang telah diberikan kurir tersebut kepada pelanggan. Kualitas pelayanan itu sendiri menurut Tjiptono (2004) adalah tingkatan keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Terdapat dua faktor utama yang berpengaruh kepada kualitas pelayanan yaitu harapan pelanggan (*expectation*) dan kinerja perusahaan yang dapat dirasakan oleh konsumen, layanan merupakan salah satu proses penting dalam meningkatkan *value* perusahaan bagi pelanggan sehingga banyak perusahaan menjadikan budaya layanan sebagai standar sikap seorang di dalam perusahaan.

Kualitas pelayanan dikatakan baik dan memuaskan jika perusahaan dapat memberikan jasa melampaui harapan konsumen, jika jasa yang diberikan lebih rendah daripada harapan konsumen, maka kualitas pelayanan

perusahaan dianggap buruk. Pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering.

Kepuasan atau ketidakpuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk riil / aktual dengan kinerja produk yang di harapkan. Kepuasan pelanggan dapat dirasakan pelanggan setelah pelanggan tersebut menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan oleh perusahaan barulah pelanggan akan dapat memberikan tanggapannya tentang produk tersebut sudah sesuai dengan keinginan ataupun harapan pelanggan.

Apalagi di perkembangan teknologi, Perkembangan teknologi di era globalisasi membuat masyarakat dapat berkomunikasi dengan cepat dan tanpa batasan. Perekonomian dunia yang bersifat mendasar atau struktural dan proses ini akan berlangsung terus dengan laju yang semakin cepat mengikuti perubahan teknologi yang juga makin cepat dan peningkatan serta perubahan pola kebutuhan masyarakat dunia.

Salah satu teknologi komunikasi yang sedang populer dan memiliki kemajuan yang sangat pesat yaitu Smartphone. Ponsel cerdas (bahasa Inggris: Smartphone) ini adalah telepon genggam yang mempunyai kemampuan dengan penggunaan dan fungsi yang menyerupai komputer. Belum ada standar pabrik yang menentukan arti ponsel cerdas. Bagi beberapa orang, ponsel cerdas merupakan telepon yang bekerja menggunakan seluruh perangkat lunak sistem operasi yang menyediakan hubungan standar dan mendasar bagi pengembang aplikasi.

PT Kidung Indah Selaras Suara atau yang sering disebut dengan Kiss FM adalah radio yang juga merupakan salah satu media bagi masyarakat luas dan rekan sebaya pada khususnya yang menyajikan acara hiburan, informasi dan berita. Radio Kiss FM berada pada frekuensi 105 MHz yang beralamat pada Jalan Cut Nyak Dien No.16 Medan 20125. Pada awalnya gelombang radio yang dipakai adalah AM. Namun dengan perubahan dan perkembangan informasi maka telah terjadi pertukaran gelombang ke FM.

PT. Kidung Indah Selaras Suara mulai berdiri tanggal 11 Desember 1968 di Medan dan sebelumnya PT. Kidung Indah Selaras Suara menggunakan nama Echo Lima 41 dan kemudian pada bulan Januari 1992 resmi menggunakan nama Kidung Indah Selaras Suara KISS . Perusahaan ini didirikan oleh Bapak Dimardi Abas, Bapak Amri H. Siadari, Drs. Iwa Supriarti dan Bapak Rubian Harahap. Pada waktu didirikan PT. Kidung Indah Selaras Suara juga merupakan anggota Radio Persatuan Siaran Swasta.

Sekarang umur KISS FM sudah menginjak umur 53 tahun. Target audience yang utama dari radio Kiss FM adalah umur 15 – 29 tahun dan disamping itu juga yang berusia 30 – 48 tahun dan pendidikannya sekurang-kurangnya Sekolah Menengah Atas dan statusnya mulai dari pelajar, mahasiswa, pegawai kantor sampai pada professional. Sebagai radio yang memiliki jumlah pendengar yang tinggi radio Kiss FM memiliki pendengar dengan daya beli yang besar dibandingkan populasi pada umumnya. Dengan banyaknya jenis produk yang tingkat penggunaan atau konsumsi lebih tinggi dari populasi umumnya, menjadikan radio Kiss FM sebagai media promosi

pemasaran yang efektif sehingga sering dimanfaatkan sebagai media promosi pemasaran oleh klien produsen.

Pengguna internet di Indonesia setiap hari dan tahunnya terus menerus mengalami peningkatan, hal ini terlihat sejak tahun 2014 jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 85 juta pengguna. Seiring perkembangan internet di Indonesia dan penetrasinya sangat cepat menyebabkan dunia bisnis di Indonesia telah mengalami banyak perubahan. Banyaknya pertumbuhan pengguna internet di Indonesia memicu pertumbuhan *e-business*. Perkembangan ini secara perlahan mengubah pola konsumsi masyarakat, khususnya masyarakat kota. Misalnya dalam penggunaan jasa transportasi, mereka umumnya lebih memilih transportasi online dari pada transportasi konvensional, hal ini merupakan bukti meningkatnya pola transportasi praktis di kalangan masyarakat. Tidak ada kegiatan dan sektor yang bisa lepas dari teknologi informasi.

Di era digital sekarang ini tidak hanya mempengaruhi pelaku bisnis selaku produsen. Dengan digitalisasi juga terjadi perubahan perilaku konsumen pengonsumsi barang maupun jasa. Semakin majunya teknologi membuat kita yang semakin terbiasa dengan hidup yang instan, tak bisa kita pungkiri saat ini kita juga sedang berhadapan dengan gaya hidup yang instan tanpa harus menunggu lama. Beberapa pengembang aplikasi telah melihat peluang tersebut dengan menciptakan aplikasi gaya hidup. Sebagai contoh aplikasi yang sering kali kita dengar adalah Grab. Aplikasi Grab yang berasal

dari Singapura ini tidak hanya menawarkan fitur jasa transportasi, namun juga hadirnya fitur Grabfood, Grabmart, Grabexpress, dan lain lain.

Dari banyaknya fitur yang di tawarkan diatas, fitur pemesanan makanan menjadi fitur yang memiliki nilai lebih bagi perusahaan. Dikarenakan tingginya peminat akan pemesanan makanan yang praktis setiap harinya. Terlebih dari itu Industri Kuliner itu sendiri merupakan industri yang memiliki peluang bisnis yang besar dan menguntungkan. Hal ini menjadikan hubungan antara perusahaan aplikasi gaya hidup tersebut dengan pebisnis dunia kuliner menjadi sangat menguntungkan. Perusahaan mendapatkan keuntungan dengan tingginya minat *order* yang masuk lewat aplikasinya. Sementara para pebisnis kuliner juga turut diuntungkan dengan dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan dengan jangkauan yang luas diwadahi oleh fitur aplikasi Grabfood.

GrabFood adalah layanan pesan antar makanan menggunakan jasa Grab. Pemesanan cukup membuka aplikasi Grab lalu memilih layanan GrabFood. Pilih kategori makanan yang hendak dipesan atau cari rekomendasi tempat makan yang ada disekitar tempat kita berada. Kita dapat memilih makanan yang ada, lalu ketik alamat pengantaran dan dalam sekejap layar akan menampilkan sejumlah angka yang harus dibayarkan. Jika semua sudah selesai dengan yang dipesan, Grab akan mencarikan pengemudi yang berada di sekitar tempat pesanan tersebut. Kegunaan GrabFood membantu dan memudahkan pelanggan dalam melakukan pembelian makanan dan minuman dengan jasa pesan dan antar sehingga pelanggan tidak perlu lagi

pergi ketempat makan untuk membeli makanan atau minuman dan tentunya pelanggan juga tidak menyita banyak waktu untuk mendapatkan pesanan yang diinginkan serta dengan adanya promo ataupun diskon yang ditawarkan oleh GrabFood itu sendiri juga dapat menarik minat serta juga menghemat pengeluaran uang si pengguna.

Dari faktor dan pernyataan diatas, untuk meningkatkan kinerja karyawan salah satunya adalah dengan memperhatikan faktor lingkungan kerja. Organisasi selaku induk kerja harus menyediakan lingkungan kerja yang nyaman dan kondusif yang mampu memancing para karyawan untuk bekerja dengan produktif, tenang dan nyaman. Penyediaan lingkungan kerja secara nyaman akan mampu memberikan kepuasan kepada karyawan terhadap pekerjaan yang dilakukan dan memberikan kesan yang mendalam bagi karyawan yang pada akhirnya karyawan akan mempunyai kinerja yang baik. Salah satunya di bidang makanan dan minuman. Katanya logika tidak akan jalan kalau tidak ada logistik.

Kondisi lingkungan kerja yang nyaman akan membuat karyawan akan semangat bekerja tentunya. Lingkungan kerja sendiri mempunyai dua dimensi, yaitu dimensi fisik (pewarnaan ruangan, pencahayaan, kebersihan, tata ruang,dll) dan dimensi non fisik (kesejahteraan karyawan, suasana kerja, hubungan antar karyawan,dll). Organisasi harus mampu menyediakan kedua dimensi tersebut dalam keadaan baik sehingga mampu membuat para karyawan untuk tetap bekerja dengan produktif dan saling bekerja sama antar karyawan maupun dengan pimpinan untuk mencapai tujuan organisasi.

Berdasarkan pernyataan diatas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul “Pengaruh Fitur Grabfood terhadap peningkatan kinerja karyawan KISS FM Medan”. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaatnya dalam membangun peningkatan kinerja karyawan agar visi karyawan KISS FM Medan tercapai.

1.2 Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini, penulis membatasi masalah yang akan diuraikan pada ada atau tidaknya Pengaruh Fitur Grabfood terhadap peningkatan kinerja karyawan KISS FM Medan.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana pengaruh Fitur Grabfood terhadap peningkatan kinerja karyawan KISS FM Medan?”

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Fitur Grabfood dalam peningkatan kinerja KISS FM medan.

b. Manfaat Penelitian

Sebuah penelitian hendaknya dapat memberikan manfaat tertentu. Demikian pula manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini yaitu:

1) Manfaat Akademis

Dalam melakukan penelitian ini merupakan suatu hal yang bermanfaat bagi penulis karena penulis dapat mengaplikasikan ilmu yang didapat pada perkuliahan dan dituangkan dalam suatu karya ilmiah. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada semua kalangan yang terkait dan menambah khazanah kepustakaan di FISIP UMSU khususnya prodi ilmu komunikasi.

2) Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan pengembangan bagi masyarakat umum, lingkungan akademisi lain, dan pihak terkait dalam Komunikasi Pemasaran juga dalam membentuk upaya sebagai Indikator Pengukur Kinerja komunikasi yang efektif.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

BAB II : URAIAN TEORITIS

Dalam bab ini penulis menjelaskan mengenai tinjauan pustaka mengenai Komunikasi, Teori Komunikasi, Teori Pemasaran, Teori Pemasaran Digital, Teori Kinerja dan Pengukuran Kinerja, Grabfood dan KISS FM Medan.

BAB III : METODE PENELITIAN

Di dalam bab ini penulis menguraikan mengenai jenis penelitian, kerangka konsep, defenisi konsep, defenisi operasional, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, lokasi dan waktu penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, penulis menjelaskan hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini penulis menjelaskan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian dan pembahasan.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1. Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia. Dengan berkomunikasi, manusia dapat saling berhubungan satu sama lain baik dalam kehidupan sehari-hari di rumah tangga, ditempat pekerjaan, dipasar, dalam masyarakat atau dimana saja manusia berada. Tidak ada manusia yang tidak akan terlibat dalam komunikasi. Komunikasi sangat penting bagi kehidupan manusia. Berkembangnya pengetahuan manusia dari hari ke hari karena komunikasi. Komunikasi juga membentuk sistem sosial yang saling membutuhkan satu sama lain, maka dari itu komunikasi dan masyarakat tidak dapat dipisahkan.

Pengertian komunikasi dapat dilihat dari etimologi (bahasa) dan terminologi (istilah) Dari sudut etimologi, menurut Roudhonah dalam buku ilmu komunikasi, dibagi menjadi beberapa kata diantaranya “communicare yang berarti berpartisipasi atau member tahukan, Communis opinion yang berarti pendapat umum. *Raymond S. Ross* yang dikutip oleh Deddy Mulyana dalam buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar mengemukakan bahwa “Komunikasi atau Communication dalam bahasa Inggris berasal dari kata latin Communis yang berarti membuat sama”. Dari pengertian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi adalah suatu penyampaian pesan

yang bertujuan untuk membuat sama persepsi atau arti antara komunikator dan komunikan.

Secara Terminologis, menurut *Hovland, Janis dan Kelley* seperti yang dikemukakan oleh Forsdale bahwa “komunikasi adalah proses individu mengirim stimulus yang biasanya dalam bentuk verbal untuk mengubah tingkah laku orang lain”. Menurut Laswell bahwa “komunikasi itu merupakan jawaban terhadap *who says what in which medium to whom with what effect* (siapa mengatakan apa dalam media apa kepada siapa dengan apa efeknya). *John B. Hoben* mengasumsikan bahwa komunikasi itu (harus) berhasil “Komunikasi adalah pertukaran verbal pikiran atau gagasan”.

Berdasarkan pengertian diatas, penulis sendiri mengartikan bahwa komunikasi adalah penyampaian informasi, gagasan ataupun pesan dari satu tempat ke tempat lain dengan tujuan untuk menjalin komunikasi dengan baik. Komunikasi itu suatu transaksi, proses simbolik yang menghendaki orang-orang mengatur lingkungannya, membangun hubungan antar sesama manusia, melalui pertukaran informasi untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain serta berusaha mengubah sikap orang lain.

2.2. Teori Komunikasi

Teori komunikasi adalah satu pandangan dan strategi yang akan membentuk alat dan rangka kerja untuk sesuatu perkara yang hendak dilaksanakan. Dalam proses komunikasi teori akan membina bentuk dan

kaidah komunikasi yang hendak dibuat. Melalui penulisan ini penjelasan tentang beberapa teori komunikasi akan dibuat.

Menurut Lasswell dalam buku Effendy (2003) Komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa, dengan akibat atau hasil apa (*who, says what, in which channel, to whom, With what effect*).

Analisis 5 Unsur menurut Laswell:

- a. *Who* (siapa/sumber) Sumber/komunikator adalah pelaku utama/pihak yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi atau yang memulai suatu komunikasi, bisa seorang individu, kelompok, organisasi, maupun suatu negara sebagai komunikator,
- b. *Says what* (pesan) apa yang akan disampaikan/dikomunikasikan kepada penerima (komunikas), dari sumber (komunikator) atau isi informasi. Merupakan seprangkat simbol verbal/non verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan/maksud sumber tadi. Ada tiga komponen pesan yaitu makna, simbol untuk menyampaikan makna dan bentuk/organisasi.
- c. *In which channel* (saluran Media), alat untuk menyampaikan pesan dari komunikator (sumber) kepada komunikasn (penerima) baik secara langsung (tatap muka), maupun tidak langsung (melalui media cetak/elektronik dll).

- d. *To whom* (untuk siapa/penerima) orang atau kelompok organisasi/suatu negara yang menerima pesan dari sumber. Disebut tujuan (*destination*)/ pendengar (*listener*)/ Khalayak (*audience*)/ komunikan.
- e. *With What Effect* (dampak/efek) yang terjadi pada komunikan (penerima) setelah menerima pesan dari sumber, seperti perubahan sikap, bertambahnya pengetahuan dll.

2.3 Komunikasi Pemasaran

Menurut W.Y Stanton dalam Hermawan (2012: 33) pemasaran adalah sesuatu yang meliputi seluruh system yang berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga sampai dengan mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang bisa memuaskan kebutuhan pembeli aktual maupun potensial.

Komunikasi pemasaran merupakan pertukaran informasi dua arah antara pihak atau lembaga yang terlibat dalam pemasaran. Semua pihak yang terlibat dalam proses komunikasi pemasaran melakukan cara yang sama, yaitu mendengarkan, bereaksi, dan berbicara sampai tercipta hubungan pertukaran yang memuaskan. Pertukaran informasi, penjelasanpenjelasan yang bersifat membujuk, dan negosiasi merupakan seluruh bagian dari proses tersebut. (Magdalena Asmajasari, 1997:1)

Komunikasi pemasaran (*marketing ecommunication*) adalah sarana dimana perusahaan berusaha menginformasikan, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek

yang dijual. Komunikasi pemasaran juga melaksanakan banyak fungsi bagi konsumen. Komunikasi pemasaran dapat memberitahu atau dapat memperlihatkan kepada konsumen tentang bagaimana dan mengapa produk itu digunakan, oleh orang macam apa, serta dimana dan kapan. Komunikasi pemasaran memungkinkan perusahaan menghubungkan merek mereka dengan orang, tempat, acara, merek, pengalaman, perasaan, dan hal lainnya. Mereka dapat berkontribusi pada ekuitas merek, dengan menanamkan merek dalam ingatan dan menciptakan citra merek, serta mendorong penjualan, dan bahkan mempengaruhi nilai saham. (Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2009:172).

2.3.1. Komunikasi Pemasaran Digital

Digital marketing adalah suatu kegiatan pemasaran atau promosi sebuah brand atau produk menggunakan media digital atau internet. Tujuan digital marketing sendiri adalah untuk menarik konsumen dan calon konsumen secara cepat. Seperti yang kita tahu sendiri, penerimaan teknologi dan internet di masyarakat sangat luas sehingga tidak heran kegiatan pemasaran secara digital dijadikan pilihan utama oleh perusahaan.

Digital marketing adalah suatu proses perencanaan dan pelaksanaan dari konsep, ide, harga, promosi dan distribusi. Secara sederhana dapat diartikan sebagai pembangunan dan pemeliharaan hubungan yang saling menguntungkan antara konsumen dan produsen. (Kleindl dan Burrow 2005).

Digital marketing menggunakan perkembangan dunia digital untuk melakukan periklanan yang tidak digembar-gemborkan secara langsung akan tetapi memiliki efek yang sangat berpengaruh. (Heidrick & Struggles, 2009).

2.3.2. Kinerja dan Pengukuran Kinerja

Kinerja adalah melakukan suatu kegiatan dan menyempurnakan sesuai dengan tanggung jawabnya dengan hasil seperti yang diharapkan. Dapat disimpulkan bahwa pengertian kinerja yaitu suatu hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau kelompok orang dalam suatu organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggungjawab masing-masing, dalam rangka mencapai tujuan organisasi, tidak melanggar hukum, dan sesuai dengan moral dan etika (Martono, 2010).

Pengukuran Kinerja (Performance Measurment) adalah suatu proses penilaian kemajuan pekerjaan terhadap tujuan dan sasaran yang telah ditentukan sebelumnya, termasuk informasi atas efisiensi penggunaan sumber daya dalam menghasilkan barang dan jasa, kualitas barang dan jasa (seberapa baik barang dan jasa diserahkan kepada pelanggan dan sampai seberapa jauh pelanggan merasa terpuaskan), hasil kegiatan dibandingkan dengan maksud yang diinginkan, dan efektifitas tindakan dalam mencapai tujuan (Arsenia, 2011).

Pengertian kinerja atau performance merupakan gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi dan misi organisasi yang dituangkan melalui perencanaan strategis suatu organisasi. Kinerja dapat diketahui dan diukur jika individu atau sekelompok karyawan telah mempunyai kriteria atau standar keberhasilan tolak ukur yang ditetapkan oleh organisasi. Oleh karena itu, jika tanpa tujuan dan target yg ditetapkan dalam pengukuran, maka kinerja pada seseorang atau kinerja organisasi tidak mungkin dapat diketahui bila tidak ada tolak ukur keberhasilannya (Moeheriono, 2012).

Beberapa aspek yang mendasar dan paling pokok dari pengukuran kinerja adalah sebagai berikut: (Moeheriono, 2012).

- Menetapkan tujuan, sasaran strategi organisasi, dengan menetapkan secara umum apa yang diinginkan oleh organisasi sesuai dengan tujuan, visi dan misi.
- Merumuskan indikator kinerja dan ukuran kinerja, yang mengacu pada penilaian kinerja secara tidak langsung, sedangkan indikator kinerja mengacu pada pengukuran kinerja secara langsung yang berbentuk keberhasilan utama dan indikator kinerja kunci (KPI).
- Mengukur tingkat capaian tujuan dan sasaran organisasi, menganalisis hasil pengukuran kinerja yang dapat

diimplementasikan dengan membandingkan tingkat capaian tujuan, dan sasaran organisasi.

- Mengevaluasi kinerja dengan menilai kemajuan organisasi dan pengambilan keputusan yang berkualitas, memberikan gambaran atau hasil kepada organisasi seberapa besar tingkat keberhasilan tersebut dan mengevaluasi langkah apa yang diambil organisasi selanjutnya.

Menurut Stout (1993: 33) yang dikutip dari LAN dan BPKP (2000) mengatakan bahwa pengukuran kinerja merupakan suatu proses mencatat dan mengukur pencapaian pelaksanaan kegiatan dalam arah pencapaian misi melalui hasil yang ditampilkan berupa produk, jasa, ataupun suatu proses. Pengukuran kinerja diperlukan untuk mengetahui pencapaian target yang telah ditetapkan. Pengukuran kinerja merefleksikan filosofi dan kultur dari suatu organisasi serta menggambarkan seberapa baik suatu kinerja telah diselesaikan dengan biaya, waktu, dan kualitas yang optimal (Tatikonda dan Tatikonda, 1998: 67).

Pada saat ini masyarakat selalu ingin mempermudah sesuatu dalam kegiatan sehari-harinya, oleh karena itu sebagian perusahaan sedang melakukan inovasi dan perkembangan pada aplikasi demi mempermudah masyarakat dalam kegiatannya.

2.4 Perkembangan Teknologi Komunikasi

Seiring dengan perkembangan yang pesat dibidang teknologi komunikasi, pemahaman mengenai teknologi komunikasi banyak mendapat sorotan ahli komunikasi, salah satunya adalah Everett M. Rogers (1986:2) dalam Kurnia (2005) yang melihat bahwa teknologi komunikasi merupakan perangkat keras dalam struktur organisasi yang mengandung nilai-nilai sosial., yang memungkinkan setiap individu mengumpulkan, memproses dan melakukan saling tukar informasi dengan individu lain. Definisi Rogers tersebut menunjukkan bahwa teknologi komunikasi mempunyai beberapa karakteristik, di antaranya sebagai berikut:

1. Teknologi komunikasi berkaitan dengan perangkat keras atau alat.
2. Teknologi komunikasi muncul dalam suatu struktur ekonomi, sosial, dan politik tertentu.
3. Teknologi komunikasi membawa nilai-nilai tertentu dalam struktur di atas.
4. Teknologi komunikasi berhubungan dengan perangkat keras di bidang komunikasi.

Berbeda dengan Rogers yang melihat teknologi komunikasi dari segi perangkat keras, Mc Omer (dalam Abrar, 2003:7) dalam Kurnia (2005) mengaitkan teknologi komunikasi dengan kebudayaan melalui beberapa sudut pandang, seperti:

1. Teknologi komunikasi dianggap sebagai faktor yang determinan dalam masyarakat, independen, dan bisa menciptakan perubahan dalam masyarakat.
2. Teknologi komunikasi sebagai produk industrialisasi yang diciptakan secara massal dalam jumlah yang sangat banyak.
3. Teknologi komunikasi melahirkan alat yang baru yang tidak semua orang bisa mengenalnya dengan baik dimana kekuatan saling mempengaruhi antara teknologi komunikasi sendiri dengan kekuatan sosial yang ada dalam masyarakat tidak dapat diprediksi secara tepat.

2.5 *New media* (Media Baru)

Media baru atau *new media* merupakan sebuah terminologi untuk menjelaskan konvergensi antara teknologi komunikasi digital yang terkomputerisasi dan terhubung ke jaringan. Media baru selalu dikaitkan dengan segala macam barang yang terkait dengan internet, teknologi, gambar maupun suara yang terhubung dalam media – media artifisial (Mahyuddin, 2019:18).

Terry Flew (2007) dalam bukunya *New Media Fourth Edition* menjelaskan bahwa media baru setidaknya dapat dilihat dari kombinasi dari tiga faktor yang menjadi penciri utama, yaitu:

- a) Komputer (media digital dan teknologi informasi),
- b) Komunikasi (relasi sosial, alat teknologi, dan praktik komunikasi), dan
- c) Konten (media dan informasi).

Media baru identik dengan penggunaan teknologi masyarakat modern. Ia merupakan platform media yang digunakan dalam berkomunikasi untuk segala keperluan yang diinginkan baik untuk pencarian hiburan, pengalaman, dan pengetahuan maupun kebutuhan hidup yang bersinggungan dengan fungsi teknologi media.

Media baru memiliki ciri tersendiri dalam perkembangan media komunikasi manusia yang mutakhir. Pakar komunikasi Dennis McQuail (dalam Mahyuddin, 2019:18) dalam buku *Teori Komunikasi Massa* menjelaskan, ciri utama media baru yaitu:

- a) Ada saling keterhubungan (interkonektivitas)
- b) Aksesnya terhadap khalayak individu sebagai pengirim maupun penerima pesan
- c) Interaktivitasnya
- d) Kegunaan yang beragam sebagai akses yang terbuka
- e) Sifatnya yang ada di mana-mana

Wayne Buente dan Alice Robbin (2008) dalam Sari (2020:20) melakukan sebuah studii atau investigasi tentang tren aktivitas-aktivitas informasi penggunaan internet dan media baru warga Amerika antara Maret 2000 hingga November 2004. Mereka telah berhasil mengklasifikasikan aktivitas-aktivitas ini menjadi empat dimensi kepentingan pemanfaatan media baru dengan jaringan internet. Menurut mereka dimensi-dimensi tersebut pantas mendapatkan perhatian yang lebih sebab merupakan penyebab dari kekayaan kepentingan pemanfaatan internet untuk media baru. Adapun 4 dimensi tersebut, yaitu:

1. Informasi (*Information Utility*)
2. Kesenangan (*Leisure, Fun Activities*)
3. Komunikasi (*Communication*)
4. Transaksi (*Transaction*)

Selain menjelaskan mengenai konsep pembeda antara media baru dan media lama, McQuail dalam Anastasya (2020:18) juga menunjukkan perbedaan antara media lama dan media baru, yaitu:

- a) Media lama konsepnya satu objek berbicara pada banyak orang, sementara media baru bersifat *decentralized*, yang artinya semua memiliki kesempatan berbicara kepada siapapun.
- b) Media lama adalah *one way communication*, sementara media baru *two ways communication* yang memungkinkan adanya *feedback* dari *audience*.
- c) Media lama di bawah kontrol negara, sementara media baru di luar kontrol negara, bahkan bisa dinikmati oleh siapapun yang ada di dunia tanpa batasan negara.
- d) Media lama memproduksi lapisan sosial, sementara media baru adalah memproduksi konsep demokratisasi.
- e) Media lama memfragmentasikan *audience* sementara media baru meletakkan *audience* pada posisi yang sama.

2.6 Internet

Internet pertama kali dikembangkan di Amerika Serikat, terutama dari lembaga penelitian bersenjata di Amerika Serikat. Internet adalah jaringan komputer yang dibentuk oleh Departemen Pertahanan AS melalui proyek ARPA yang disebut ARPAnet (*Advanced Research Projects Agency Network*) pada tahun 1969, di mana mereka mendemonstrasikan perangkat keras dan perangkat lunak berbasis UNIX, yang merupakan salah satu teknologi paling canggih pada saat itu. Sehingga dapat berkomunikasi tanpa batas melalui saluran telepon.

Pada awal pembuatannya, Angkatan Bersenjata AS menggunakan jaringan komputer untuk mengembangkan senjata nuklir. Amerika Serikat khawatir jika Amerika Serikat diserang, komunikasi akan lumpuh. Oleh karena itu, mereka berusaha untuk berkomunikasi dan bertukar informasi melalui jaringan komputer.

Menurut Madcoms (2015:3), internet (*international networking*) adalah jaringan komputer yang menghubungkan komputer-komputer di seluruh dunia (*world wide network*) sehingga terbentuk ruang maya jaringan komputer (*cyberspace*) di mana di antara satu komputer dengan komputer lainnya dapat saling berhubungan atau terkoneksi.

Perkembangan internet terus berinovasi, dan selalu berkembang setiap waktu. Salah satu penemuan mutakhir adalah penemuan *World Wide Web* (WWW) oleh ilmuwan komputer Timothy Berners-Lee, yang sangat berpengaruh dalam perkembangan internet. WWW adalah media di mana orang dapat berbagi dokumen, gambar, film, musik, dan informasi, serta menjual barang dan jasa.

Selain itu, hingga saat ini perkembangan internet telah merambah ke bidang jual beli atau perdagangan. Sistem yang diterapkan memungkinkan pengguna internet untuk melakukan transaksi perdagangan langsung melalui internet (*e-commerce*) tanpa mengabaikan masalah privasi dan keamanan data.

Hadirnya internet dalam kehidupan memiliki banyak manfaat bagi penggunanya. Berbagai manfaat tersebut, diantaranya sebagai berikut:

1. Media untuk mendapatkan informasi dan hiburan secara tepat, cepat, dan murah.
2. Media untuk melakukan promosi dan penawaran bagi perusahaan untuk memperkenalkan produknya.
3. Media komunikasi interaktif seperti *e-mail*, *chatting*, media sosial, *milis (mailing list)*, *video conference*, dan lain-lain.

4. Media pendukung dalam kegiatan bisnis seperti toko *online*, pendidikan (*e-learning*), maupun sistem perdagangan secara online (*e-commerce*).

2.7 Fitur Grabfood

Fitur adalah setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. jasa dapat dikaitkan dengan produk fisik, tetapi bisa juga tidak dikaitkan. Jasa bersifat tak berwujud, tak terpisahkan, bervariasi, dan dapat musnah.

Setiap karakteristik mempunyai tantangan yang memerlukan strategi tertentu. Pemasar harus menemukan cara untuk memberikan wujud pada hal yang tak berwujud yaitu meningkatkan produktivitas penyedia jasa, meningkatkan dan menstandarisasikan kualitas jasa yang disediakan, dan menyesuaikan pasokan jasa dengan permintaan pasar. Harapan pelanggan memainkan peran penting dalam pengalaman dan penilaian jasa mereka.

Perusahaan harus mengelola kualitas jasa dengan memahami dampak dari setiap pertemuan jasa. Kurir GrabFood adalah orang yang telah terdaftar sebagai karyawan di PT.Grab yang bertugas mengantar pesanan yang telah di pesan oleh pelanggan melalui aplikasi Grab.

GRABFOOD adalah salah satu layanan pesan antar makanan milik perusahaan transportasi berbasis online asal Singapura, Grab. Dengan GRABFOOD, konsumen dapat dengan bebas memesan makanan yang diinginkan hanya lewat ponsel pintar, gak perlu berjalan jauh warung makan yang diinginkan.

2.8 PT. Kidung Indah Selaras Suara (KISS FM)

PT. Kidung Indah Selaras Suara adalah perusahaan radio siaran swasta nasional yang kegiatannya menyajikan acara hiburan, informasi, dan berita. Radio KISS FM berada pada frekuensi 105 Mhz, yang beralamat di jalan Cut Nyak Dien No. 16 Medan 20125. Pada awalnya gelombang radio yang dipakai adalah AM. Namun dengan perubahan dan perkembangan informasi maka telah terjadi pertukaran gelombang ke FM.

PT. Kidung Indah Selaras Suara mulai berdiri tanggal 11 Desember 1969 di Medan dan sebelumnya PT. Kidung Indah Selaras Suara menggunakan nama Echo Lima 41 dan kemudian pada bulan Januari 1992 resmi menggunakan nama Kidung Indah Selaras Suara (KISS). Perusahaan ini didirikan oleh Bapak Damardi Abas, Bapak Amri H. Siadari, Drs.Iwa Supriarti dan Bapak Rubian Harahap. Pada waktu didirikan PT. Kidung Indah Selaras Suara mendapatkan izin no.202/RNSP dan mengudara di frekuensi FM 104,75 Mhz. Selain itu PT.Kidung Indah Selaras Suara juga merupakan anggota Radio Persatuan Siaran Swasta Nasional Indonesia (PRSNI) no.336-XIII/75.

Pada saat ini KISS FM sudah menginjak umur 40 tahun. Target audience yang utama dari radio Kiss FM adalah umur 15 – 29 tahun dan disamping itu juga yang berusia 30 – 48 tahun dan pendidikannya sekurang-kurangnya Sekolah Menengah Atas dan statusnya mulai dari pelajar, mahasiswa, pegawai kantor sampai pada professional. Sebagai radio yang memiliki jumlah pendengar yang tinggi radio Kiss FM memiliki pendengar dengan daya beli yang besar dibandingkan populasi pada umumnya.

2.9 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik (Sugiyono, 2015:64). Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. H_0 : Tidak ada pengaruh Fitur grab food terhadap Kinerja karyawan
2. H_a : Ada pengaruh pengaruh Fitur grab food terhadap Kinerja karyawan.

BAB III

METODE PENELITIAN

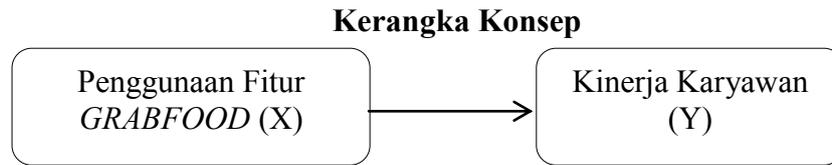
3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian yang akan peneliti laksanakan menggunakan deskriptif-kuantitatif dengan teknik survey yang selanjutnya akan dikemukakan secara deskriptif yaitu menggambarkan dan memberikan informasi berupa angka-angka yang telah di uji melalui pengolahan data. Karena judul penelitian yang peneliti pilih adalah “Pengaruh Penggunaan Fitur *GRABFOOD* Terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan KISS.FM”

3.2 Kerangka Konsep

Kerangka konsep menurut (Sugiyono, 2014) adalah suatu hubungan yang akan menghubungkan secara teoritis antara variabel-variabel penelitian yaitu, antara variabel independent dengan variabel dependen yang akan di amati atau di ukur melalui penelitian yang akan dilaksanakan.

Kerangka konsep dari penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan efektifitas penggunaan fitur *GRABFOOD* terhadap peningkatan kinerja karyawan KISS.FM yang di mana kpenelitian ini dilakukan pada karyawan KISS FM MEDAN. berdasarkan perumusan masalah landasan teoritis, kerangka konseptual ini dilampirkan pada gambar:



Gambar 3.1

3.3 Defenisi Konsep

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012:61). Pada penelitian ini telah ditentukan 2 variabel yaitu variabel bebas atau variabel independen dan variabel terikat atau dependen yaitu:

- A. Penggunaan Fitur GRABFOOD (Variabel Bebas) yang terdiri dari kualitas pelayanan, pandangan tentang kemudahan, pandangan tentang manfaat, kepercayaan, serta promosi yang diberikan.
- B. Kinerja Karyawan (Variabel Terikat) yang terdiri dari menjaga kualitas kerja dengan memanfaatkan efisiensi waktu, tenaga serta membantu aktifitas saat sedang bekerja.

3.4 Defenisi Operasional

Definisi operasional variabel merupakan suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan memberikan arti untuk menspesifikasikan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. Definisi operasional variabel berguna untuk memahami secara lebih dalam mengenai variabel di dalam sebuah penelitian. Dengan pemahaman yang

mendalam diharapkan dapat memberikan kemudahan di dalam pembuatan indikator-indikator sehingga nantinya variabel mampu diukur. Definisi operasional variabel pada penelitian ini ialah sebagai berikut:

a. Variabel (X) Fitur Grab Food

Grabfood adalah salah satu layanan pesan antar makanan milik perusahaan transportasi berbasis online asal Singapura, **Grab**. Dengan **Grabfood**, konsumen dapat dengan bebas memesan makanan yang diinginkan hanya lewat ponsel pintar, gak perlu berjalan jauh ke restoran yang diinginkan. pada *GRABFOOD* terdapat fitur-fitur sebagai berikut :

1) Grabfood Ambil Sendiri

Fitur Grabfood yang satu ini hadir untuk memudahkan dan memastikan untuk kita tidak melewatkan waktu makan. Apalagi dengan banyaknya promo yang di tawarkan, pengguna fitur Grabfood Ambil Sendiri ini akan menikmati banyaknya penawaran penawaran yang menarik dengan cara para pengguna memesan melalui fitur ambil sendiri, lalu pihak resto menerima dan menyelesaikan pesanan, lalu si pembeli hanya tinggal mengambil dan membayar saja ke resto tersebut.

2) Party Planner

Fitur Grabfood yang satu ini dapat melakukan pemesanan GrabFood mulai dari dua jam bahkan dua hari sebelumnya, serta

mengirimkannya ke lokasi pada jadwal pengiriman sesuai pilihan yang di inginkan.

3) Multi Order

Dapat melakukan pemesanan dari hingga empat restoran yang berbeda secara bersamaan serta saat masih berkendara dengan Grab.

4) Nearby

Fitur nearby adalah fitur yang dapat melakukan pemesanan di restoran yang terdaftar dan terjangkau di sekitar kita.

Dari beberapa fitur yang ada pada Grabfood itu penulis akan mencari tahu bagaimanakah Kualitas Pelayanan yang diberikan kepada customer untuk tiap-tiap fitur, tanggapan customer terhadap Kemudahan yang di dapat saat menggunakan tiap-tiap fitur GrabFood, Manfaat dan Kepercayaan yang karyawan KISS FM MEDAN peroleh dari penggunaan tiap-tiap fitur Grabfood, serta promosi berupa *discount* ataupun *cashback* yang ditawarkan fitur GrabFood sendiri yang dimana sangat berguna untuk menghemat pengeluaran uang saat menggunakannya.

b. Variabel (Y) Kinerja Karyawan

Hasil Kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Dalam memperoleh hasil kinerja karyawan dapat ditarik beberapa indikator seperti :

- 1) Kualitas Kerja merupakan mutu dari seorang karyawan dalam melaksanakan tugas-tugasnya. Kualitas kerja karyawan juga dapat dilihat dari kemampuan yang terampil yang dilakukan karyawan guna memajukan perusahaan.
- 2) Kuantitas adalah ukuran yang berhubungan dengan jumlah hasil kerja yang dapat dinyatakan ukuran angka.
- 3) Ketepatan waktu merupakan suatu prosedur perusahaan yang wajib dipatuhi untuk semua golongan baik itu atasan ataupun bawahan.

Berdasarkan kerangka konsep di atas, agar teori tersebut jelas penggunaannya maka teori yang ada dijabarkan sebagai berikut:

Variabel Operasional	Variabel Indikator
Variabel Bebas (x) Penggunaan Fitur GrabFood	<ul style="list-style-type: none"> - Kualitas Pelayanan - Persepsi Kemudahan - Persepsi Manfaat - Kepercayaan - Promosi
Variabel Terikat (y) Peningkatan Kinerja Karyawan	<ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan fitur GRABFOOD untuk efisiensi waktu dan tenaga saat bekerja - Menggunakan fitur GRABFOOD untuk membantu aktifitas saat bekerja.

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2009: 117) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan Kiss FM, berdasarkan data karyawan yang ada di Kantor dengan Jumlah 35 Orang Karyawan.

3.5.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut Sugiyono (2009: 116). Sampel dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan Kiss FM, pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan total sampling, yaitu teknik pengambilan sampel dimana jumlah sampel diambil dari seluruh populasi yang ada. Alasan mengambil **total sampling** karena jumlah populasi yang kurang dari 100. Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 35 orang karyawan yang memang pengguna fitur *GRABFOOD*.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua teknik pengumpulan data yaitu, Observasi ilmiah adalah kegiatan dan mencermati serta melakukan pencatatan dan atau informasi yang sesuai dengan konteks penelitian. Teknik observasi diharapkan dapat menjelaskan dan menggambarkan secara luas dan

rinci tentang masalah yang dihadapi. Karena data observasi berupa deskripsi yang faktual, cermat dan terinci mengenai keadaan lapangan, kegiatan manusia, dan sistem sosial, serta konteks tempat kejadian itu terjadi. Dalam penelitian ini yang akan diobservasi adalah Fitur Grab Food terhadap kinerja karyawan Kiss FM.

Kuesioner adalah memberikan pertanyaan-pertanyaan terstruktur dan terinci responden yang terlibat langsung dalam peristiwa atau keadaan yang diteliti. Teknik pengumpulan data dengan menyerahkan atau mengirimkan daftar pertanyaan untuk diisi sendiri oleh responden. Adapun penelitian yang dilakukan dengan menggunakan skala likert yang artinya suatu skala psikometrik yang umum digunakan dalam riset berupa survei. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono 2012: 132). Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Instrumen penelitian yang menggunakan skala likert dapat dibuat dalam bentuk checklist maupun pilihan ganda.

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan

yang dapat diceriterakan kepada orang lain (Sugiono, 2015:243). Adapun analisis data yang digunakan sebagai berikut:

1. Analisis Tabel Tunggal

Analisis tabel tunggal adalah teknis analisis yang dilakukan dengan membagi-bagikan variabel ke dalam beberapa kategori yang dilakukan atas dasar frekuensi. Analisis ini merupakan langkah awal dalam menganalisis data yang terdiri dari kolom, yaitu sejumlah frekuensi dan presentasi untuk setiap kategori yang lebih muncul. Contohnya dalam penelitian analisis isi pemberitaan surat kabar, peneliti dapat menggunakan analisis tabel tunggal ini, misalnya dengan mentabulasi objek penelitian dalam tabel tersendiri yang ditujukan untuk mengukur frekuensi pemberitaan. Misalnya, seberapa muncul berita ini dimuat di surat kabar, frekuensi berita di setiap halaman atau frekuensi narasumber dalam berita.

2. Analisis Tabel Silang

Analisis tabel silang (*crosstabs*) merupakan salah satu analisis korelasional yang digunakan untuk melihat hubungan antar variabel (minimal 2 variabel). Dengan kata lain analisis tabel silang adalah teknik yang digunakan untuk menganalisis dan mengetahui variabel yang satu memiliki hubungan dengan yang lainnya sehingga diketahui apakah variabel bernilai positif atau negatif.

3. Pengujian Hipotesis

Pemaparan tentang hasil pengujian hipotesis pada dasarnya tidak berbeda dengan penyajian temuan penelitian untuk masing-masing variabel. Hipotesis penelitian perlu dikemukakan dalam bab ini sekaligus dengan rumusan hipotesis nol, dan masing-masing diikuti dengan hasil pengujiannya serta penjelasan atas hasil pengujian itu secara ringkas dan padat. Penelitian ini menggunakan koefisien korelasi tata jenjang (*Spearman's Rank-Order Correlations*) dengan menggunakan aplikasi SPSS (Statistical Product and Service Solution) versi 26 yaitu sebagai berikut:

$$r_s = 1 - \frac{6\Sigma d^2}{n(n^2 - 1)}$$

Keterangan:

r_s = koefisien korelasi

1 dan 6 = bilangan konstan

Σd^2 = kuadrat selisih kedua ranking

n = sampel

Kemudian Untuk mengetahui variabel X terhadap Y berdasarkan nilai rho (r_s) maka dilakukan uji determinasi. Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut (Kriyantono, 2014; 169):

$$D = (r_s)^2 \times 100\%$$

Keterangan:

D = Kekuatan Determinasi

r_s = Koefisien Korelasi Rank Order

Menentukan tinggi rendahnya korelasi, maka digunakan nilai koefisien korelasi skala Guildford yaitu sebagai berikut:

0	: Tidak ada korelasi
< 0,20	: Korelasi sangat rendah
0,20-0,40	: Korelasi rendah tapi pasti
0,41-0,70	: Korelasi yang cukup berarti
0,71-0,90	: Korelasi yang tinggi
> 0,90	: Korelasi sangat tinggi
1	: Korelasi sempurna

3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Kiss FM Medan, Jl. Cut Nyak Dien, Madras Hulu, Kec. Medan Polonia,
Kota Medan, Sumatera Utara 20152

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian di lakukan pada November 2021.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. HASIL PENELITIAN

4.1 Deskripsi Data

Dalam penelitian ini, penulis melakukan pengolahan data dalam bentuk kuesioner yang terdiri dari 12 item pernyataan, dimana masing-masing variabel memiliki 6 pertanyaan pada variabel (X), 6 item pernyataan untuk variabel (Y), dan dengan tambahan pernyataan terbuka (essay) berjumlah 3 item pernyataan. Kuesioner yang disebar ini diberikan kepada 35 orang karyawan KISS FM MEDAN:

Jawaban	Nilai
SangatSetuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
TidakSetuju	2
SangatTidakSetuju	1

Tabel 4.1 Skala Likert

Berdasarkan ketentuan penelitian skala likert pada tabel di atas dapat dipahami bahwa ketentuan di atas berlaku baik di dalam menghitung variabel fitur GrabFood (X), dan variabel peningkatan kinerja karyawan (Y). Dengan demikian untuk setiap responden yang menjawab kuesioner penelitian, maka skor tertinggi diberikan bobot nilai 5 dan skor terendah diberikan bobot nilai 1.

Penyebaran kuesioner ini berlangsung selama 5 hari yaitu dari tanggal 5 November 2021 sampai dengan tanggal 9 November 2021. Setelah mendapatkan data kuesioner penulis melanjutkan untuk memproses pengolahan data.

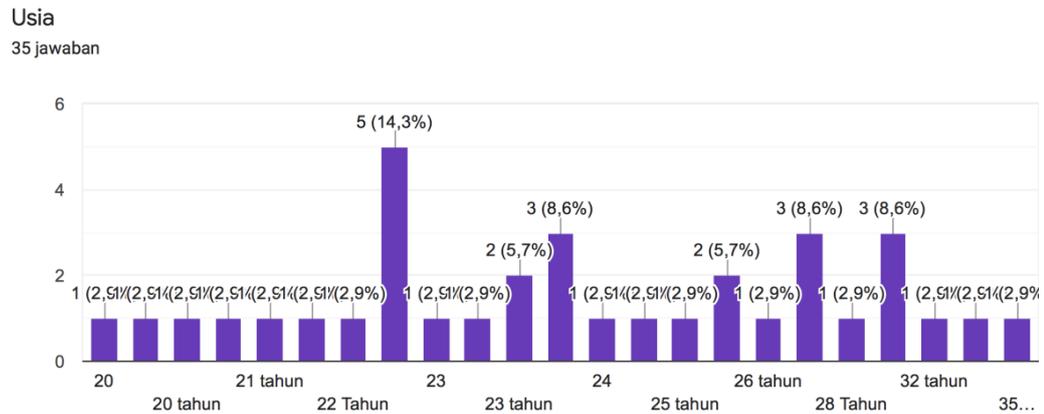
4.2 Deskripsi Data Responden

Pada bagian ini akan disajikan data mengenai identitas responden untuk memberikan gambaran tentang keadaan diri dari pada responden. Pengumpulan data dilakukan dengan mendistribusikan angket / penyebaran kuesioner dalam bentuk *google e-form* yang saya pilih dikarenakan kondisi pandemi Covid-19 yang masih melanda pada saat penelitian, sehingga tidak memungkinkan untuk menggunakan kertas atau seperti biasa dilakukan secara luring. Dari hasil pengumpulan angket yang telah di isi responden di dapat data identitas responden. Identitas responden ini di amati dari usia dan jenis kelamin responden. Maka dapat di lihat dari karakteristik responden yaitu sebagai berikut:

1. Usia Responden

Untuk mengetahui tingkat persentase berdasarkan dari 35 responden, dapat dilihat dari diagram dan tabel berikut:

Tabel 4.2
Diagram Persentase Responden Berdasarkan Usia



Sumber: Hasil Penelitian Diagram Google Form, 2021

Tabel 4.3
Persentase Perhitungan Jumlah Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Orang	Persentase
20-24 Tahun	20 Orang	57,60%
25-28 Tahun	12 Orang	33,80%
32-35 Tahun	3 Orang	8,60%
Jumlah	35 Orang	100,00%

Sumber: Hasil Penghitungan Diagram Bentuk Tabel Google Form, 2021

Dari hasil data tabel dan diagram di atas menunjukkan data karakteristik responden berdasarkan usia responden. Dari data yang diperoleh dari 35 responden ini dapat dilihat usia yang mendominasi adalah di usia 20-24 Tahun dengan persentase sebesar 57,60% yakni berjumlah 20 orang responden dari total 35 responden. Lalu dilanjut dengan kelompok usia 25-28 Tahun sebanyak 12 orang responden dengan

persentase sebesar 33,80% dan yang terakhir di usia 32-35 Tahun yang berjumlah 3 orang responden dengan persentase 8,60%

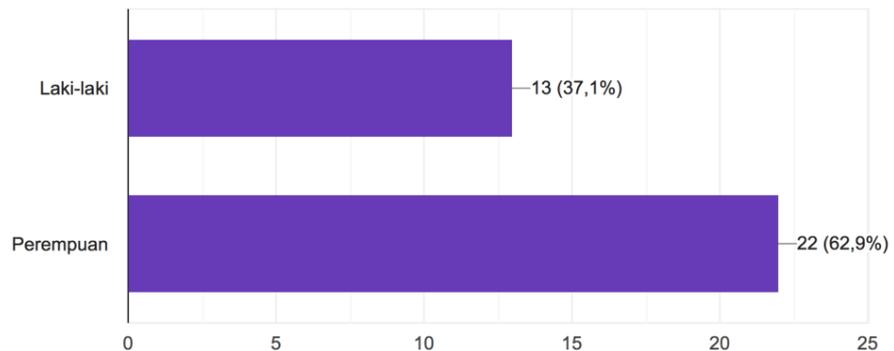
2. Jenis Kelamin Responden

Jenis kelamin dapat menjadi pembedaan perilaku seseorang. Untuk itu perlunya diketahui tingkat frekuensi dan persentase berdasarkan jenis kelamin dari responden, dapat dilihat dari tabel dan diagram berikut:

Tabel 4.4

Diagram Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin
35 jawaban



Sumber: Hasil Penelitian Diagram Google Form, 2021

Tabel 4.5

Persentase Perhitungan Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Orang	Persentase
Laki-laki	13 Orang	37,10%
Perempuan	22 Orang	62,90%
Jumlah	35 Orang	100,00%

Sumber: Hasil Penghitungan Diagram Bentuk Tabel Google Form, 2021

Dari hasil tabel dan diagram penelitian di atas memperlihatkan data mengenai karakteristik dari responden, yakni jenis kelamin yang terbagi menjadi dua, laki-laki dan perempuan. Total keseluruhan adalah 35 orang responden, yang dimana sudah terlihat jelas bahwa yang mendominasi adalah perempuan yang berjumlah 22 orang (62,90%) dari 35 orang responden, sedangkan sisanya berjumlah 13 orang (37,10%) berjenis kelamin laki-laki.

4.3 Deskripsi Data Variabel Penelitian

Berikut ini peneliti akan menyajikan tabel frekuensi hasil skor jawaban responden dari angket / kuesioner yang peneliti sebar. Di antaranya dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. Deskripsi hasil analisis persentase jawaban responden tentang variabel Penggunaan Fitur GrabFood (X)

Tabel 4.6

Menggunakan fitur GRABFOOD untuk memesan makanan dan minuman melalui ojek online.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	5	14,3	14,3	14,3
	Setuju	18	51,4	51,4	65,7
	Sangat Setuju	12	34,3	34,3	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian SPSS Ver.26

Terkait dengan tabel 4.6 di atas mengenai pertanyaan “Menggunakan fitur GRABFOOD untuk memesan makanan dan minuman

melalui ojek online”. Dari pertanyaan tersebut hampir semua menyatakan setuju dengan jumlah 18 orang responden (51,4%) dan disusul dengan memberikan pernyataan sangat setuju sebanyak 12 orang responden (34,3%). Sedangkan dengan sisanya 5 orang responden (14,3%) menyatakan kurang setuju dan tidak ada sama sekali responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju karena total responden berjumlah 35 orang dan tidak dimasukkan kedalam hitungan olahan tabel data penelitian. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hampir seluruh responden yang berjumlah 30 orang responden dengan persentase 85,7% dari total 35 orang responden sudah sangat pasti menggunakan fitur GRABFOOD untuk memesan makanan dan minuman dengan pernyataan mereka yaitu setuju maupun sangat setuju.

Tabel 4.7

Saya sering menggunakan salah satu fitur dalam GRABFOOD, yaitu GRABFOOD ambil sendiri.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	13	37,1	37,1	37,1
	Setuju	19	54,3	54,3	91,4
	Sangat Setuju	3	8,6	8,6	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian SPSS Ver.26

Berdasarkan tabel 4.7 di atas mengenai pertanyaan “Saya sering menggunakan salah satu fitur GRABFOOD, yaitu GRABFOOD ambil

sendiri”. Dari keseluruhan responden yang berjumlah 35 orang responden, dapat dijabarkan berdasarkan pertanyaan tersebut 19 orang responden (54,3%) menyatakan setuju dilanjutkan dengan sebanyak 13 orang responden (37,1%) memberikan pernyataan kurang setuju dan sisanya sebanyak 3 orang responden (8,6%) menyatakan bahwa mereka sangat setuju. Serta tidak ada sama sekali responden yang memberikan pernyataan sangat setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju dari pertanyaan tersebut. Dapat disimpulkan bahwa sebanyak 22 orang responden dengan persentase 62,9% menyatakan mereka menggunakan salah satu fitur GRABFOOD, yaitu GRABFOOD ambil sendiri.

Tabel 4.8

Fitur GRABFOOD nearby menjadi pilihan saya untuk mencari resto terdekat dari tempat saya berada.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	12	34,3	34,3	34,3
	Setuju	19	54,3	54,3	88,6
	Sangat Setuju	4	11,4	11,4	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian SPSS Ver.26

Melalui tabel 4.8 di atas yang berisi pertanyaan kuesioner tentang “Fitur GRABFOOD nearby menjadi pilihan saya untuk mencari resto terdekat dari tempat saya berada”. Dari keseluruhan jumlah 35 orang responden dalam penelitian ini, 19 orang responden (54,3%) menyatakan

bahwa mereka setuju, dilanjutkan dengan sebanyak 12 orang responden (34,3%) menyatakan kurang setuju dan dengan sisa 4 orang responden (11,4%) menyatakan sangat setuju. Hal ini dapat disimpulkan bahwa sebanyak 23 orang responden dengan persentase 65,7% menyatakan bahwa mereka setuju maupun sangat setuju dengan pertanyaan di atas.

Tabel 4.9

Fitur GRABFOOD multi order menjadi pilihan saya untuk memesan makanan ataupun minuman dari resto yang berbeda-beda.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	18	51,4	51,4	51,4
	Setuju	13	37,1	37,1	88,6
	Sangat Setuju	4	11,4	11,4	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian SPSS Ver.26

Berdasarkan tabel 4.9 di atas mengenai pertanyaan tentang memilih “Fitur GRABFOOD multi order menjadi pilihan saya untuk memesan makanan ataupun minuman dari resto yang berbeda-beda”. Dari keseluruhan jumlah 35 orang responden dalam penelitian ini secara keseluruhan 18 orang responden (51,4%) menyatakan kalau mereka kurang setuju, dilanjut dengan sebanyak 13 orang responden (37,1%) menyatakan setuju, dan sisanya sebanyak 4 orang responden (11,4%) menyatakan mereka sangat setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada pertanyaan untuk tabel 4.9 di atas, hanya sebanyak 17 orang dengan

persentase 48,5% yang menyatakan kalau mereka setuju maupun sangat setuju dengan memilih fitur GrabFood multi order untuk memesan makanan ataupun minuman mereka dari resto yang berbeda-beda.

Tabel 4.10

Promo dan diskon yang ditawarkan oleh membuat saya lebih memilih memesan makanan/minuman melalui GRABFOOD dibanding membeli diluar.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	4	11,4	11,4	11,4
	Setuju	21	60,0	60,0	71,4
	Sangat Setuju	10	28,6	28,6	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian SPSS Ver.26

Dari tabel 4.10 di atas mengenai pertanyaan “Promo dan diskon yang ditawarkan oleh GRABFOOD membuat saya lebih memilih memesan makanan/minuman melalui GRABFOOD dibanding membeli di luar”. Dapat disimpulkan dari keseluruhan jumlah responden yang sebanyak 35 orang dalam penelitian ini hampir secara keseluruhan menyatakan setuju sebanyak 21 orang responden (60,0%) dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 10 orang responden (28,6%), lalu dilanjutkan dengan sisanya sebanyak 4 orang responden (11,4%) menyatakan bahwa mereka kurang setuju dan tidak ada responden yang memberikan pernyataan bahwa mereka tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebanyak 31 orang responden

dengan persentase berjumlah 88,6% merasa bahwa Promo dan diskon yang ditawarkan oleh pihak GRABFOOD membuat mereka memilih untuk memesan makanan ataupun minuman mereka melalui GRABFOOD dibanding membeli langsung di luar.

Tabel 4.11

Fitur headline promo berjalan yang ada di GRABFOOD memudahkan saya dalam memilih makanan/minuman yang sedang promo.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	4	11,4	11,4	11,4
	Setuju	24	68,6	68,6	80,0
	Sangat Setuju	7	20,0	20,0	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian SPSS Ver.26

Untuk tabel 4.11 di atas berkenan dengan pertanyaan “Fitur headline promo berjalan yang ada di GRABFOOD memudahkan saya dalam memilih makanan/minuman yang sedang promo”. Dari keseluruhan jumlah responden sebanyak 35 orang dalam penelitian ini hampir keseluruhan yang memberikan pernyataan setuju sebanyak 24 orang responden (68,6%) dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 7 orang responden (20,0%). Lalu dengan sisa responden yang berjumlah 4 orang (11,4%) menyatakan kurang setuju dan tidak ada responden yang memberikan pernyataan tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan, responden yang

menyatakan setuju dan sangat setuju berjumlah 31 orang responden dengan persentase sebanyak 88,6% merasa terbantu dengan adanya fitur headline promo yang ada di GRABFOOD untuk memilih makanan/minuman yang sedang ada promo.

2. Deskripsi hasil analisis persentase jawaban responden tentang variabel Peningkatan Kinerja Karyawan (Y)

Tabel 4.12

Fitur GRABFOOD nearby memudahkan saya dalam memilih restoran terdekat dari tempat kerja saya.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	6	17,1	17,1	17,1
	Setuju	19	54,3	54,3	71,4
	Sangat Setuju	10	28,6	28,6	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian SPSS Ver.26

Pada tabel 4.12 di atas berkenaan dengan pertanyaan “Fitur GRABFOOD nearby memudahkan saya dalam memilih restoran terdekat dari tempat kerja saya”. Dari keseluruhan jumlah responden sebanyak 35 orang dalam penelitian ini, hampir keseluruhan menyatakan setuju sebanyak 19 orang responden (54,3%) dan yang menyatakan sangat setuju ada 10 orang responden (28,6%). Namun, sisanya sebanyak 6 orang responden (17,1%) menyatakan tidak setuju dan tidak ada sama sekali

responden yang menyatakan kalau mereka tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa responden yang menyatakan setuju dan sangat setuju ada sebanyak 29 orang responden dengan persentase berjumlah 82,9% yang menyatakan kalau fitur GRABFOOD nearby memberikan kemudahan untuk memilih restoran terdekat dari tempat kerjanya.

Tabel 4.13

Fitur promo “RASAWEEKEND” (Jum’at, Sabtu, Minggu) memudahkan saya mencari promo saat bekerja akhir pekan.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	7	20,0	20,0	20,0
	Setuju	22	62,9	62,9	82,9
	Sangat Setuju	6	17,1	17,1	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian SPSS Ver.26

Untuk bagian tabel 4.13 di atas tentang pertanyaan “Fitur promo RASAWEEKEND (Jum’at, Sabtu, Minggu) memudahkan saya mencari promo saat bekerja di akhir pekan”. Dari keseluruhan responden yang berjumlah 35 orang dalam penelitian ini, hampir keseluruhan yang menyatakan setuju sebanyak 22 orang responden (62,9%) dan yang menyatakan sangat setuju kali ini sebanyak 6 orang responden (17,1%). Namun demikian, sebanyak 7 orang responden (20,0%) menyatakan bahwa mereka kurang setuju, dan sama sekali tidak ada responden yang

memberikan pernyataan tidak setuju ataupun sangat tidak setuju. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa, sebanyak 28 orang responden dengan jumlah persentase mencapai 80,0% menyatakan bahwa mereka setuju maupun sangat setuju dengan adanya fitur promo RASAWEEKEND yang hadir di hari Jum'at, Sabtu, Minggu membantu mereka untuk mencari promo saat bekerja di akhir pekan.

Tabel 4.14

Fitur GRABFOOD membantu saya untuk memesan makanan/minuman disaat ada kerjaan tambahan (lembur).

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	7	20,0	20,0	20,0
	Setuju	19	54,3	54,3	74,3
	Sangat Setuju	9	25,7	25,7	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian SPSS Ver.26

Pada tabel 4.14 di atas berkenaan dengan pertanyaan “Fitur GRABFOOD membantu saya untuk memesan makanan/minuman disaat ada kerjaan tambahan (lembur)”. Dari keseluruhan jumlah responden sebanyak 35 orang dalam penelitian ini, hampir keseluruhan yang menyatakan setuju sebanyak 19 orang responden (54,3%) dilanjutkan dengan yang menyatakan sangat setuju ada sebanyak 9 orang responden (25,7%). Dan sisanya yang memberikan pernyataan kurang setuju sebanyak 7 orang responden (20,0%), lalu tidak ada responden yang

memberikan pernyataan bahwa mereka tidak setuju ataupun sangat tidak setuju. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa, yang memberikan pernyataan setuju dan sangat setuju dengan fitur Grabfood membantu untuk memesan makanan/.minuman disaat waktu lembur itu sebanyak 28 orang dengan persentase mencapai 80,0%.

Tabel 4.15

Fitur GRABFOOD menambah efisiensi waktu saya untuk memesan makanan/minuman saat tidak bisa keluar kantor.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	3	8,6	8,6	8,6
	Setuju	27	77,1	77,1	85,7
	Sangat Setuju	5	14,3	14,3	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian SPSS Ver.26

Pada tabel 4.15 di atas yang berkenaan dengan pertanyaan “Fitur GRABFOOD menambah efisiensi waktu saya untuk memesan makanan/minuman saat tidak bisa keluar kantor”. Dari keseluruhan jumlah responden sebanyak 35 orang dalam penelitian ini, hampir keseluruhan menyatakan setuju sebanyak 27 orang (77,1%) dan untuk yang menyatakan sangat setuju ada sebanyak 5 orang responden (14,3%). Lalu, dengan sisa sebanyak 3 orang responden (8,6%) menyatakan kurang setuju dan tidak ada satu pun responden yang menyatakan tidak setuju ataupun sangat tidak setuju. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa yang

memberikan pernyataan setuju dan sangat setuju kalau fitur GRABFOOD menambah efisiensi waktu dalam memesan makanan/minuman saat tidak bisa keluar kantor ada sebanyak 32 orang responden dengan persentase mencapai 91,4%.

Tabel 4.16

Fitur GRABFOOD memudahkan saya untuk memesan makanan/minuman tanpa repot-repot keluar kantor.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	26	74,3	74,3	74,3
	Sangat Setuju	9	25,7	25,7	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian SPSS Ver.26

Berdasarkan tabel 4.16 di atas yang memaparkan pertanyaan “Fitur GRABFOOD memudahkan saya untuk memesan makanan/minuman tanpa repot-repot keluar kantor”. Dari keseluruhan responden yang berjumlah 35 orang pada penelitian ini, hampir keseluruhan menyatakan setuju sebanyak 26 orang responden (74,3%) dan sisanya sebanyak 9 orang responden (25,7%) menyatakan sangat setuju. Tidak ada satupun responden yang memberikan pernyataan kurang setuju, tidak setuju, ataupun sangat tidak setuju. Dalam pertanyaan kali ini dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan responden yang berjumlah 35 orang dengan persentase 100,0% menyatakan bahwa mereka setuju dan sangat setuju kalau fitur

GRABFOOD memberikan kemudahan untuk memesan makanan/minuman tanpa harus repot-repot keluar kantor.

Tabel 4.17

Fitur promo ataupun diskon yang ditawarkan fitur GRABFOOD sangat membantu saya untuk menghemat pengeluaran uang saya.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	6	17,1	17,1	17,1
	Setuju	18	51,4	51,4	68,6
	Sangat Setuju	11	31,4	31,4	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian SPSS Ver.26

Berdasarkan tabel 4.17 di atas mengenai pertanyaan “Fitur promo ataupun diskon yang ditawarkan fitur GRABFOOD sangat membantu saya untuk menghemat pengeluaran uang saya”. Dari keseluruhan jumlah responden sebanyak 35 orang dalam penelitian ini, hampir keseluruhan menyatakan setuju sebanyak 18 orang responden (51,4%) lalu ditambah dengan sebanyak 11 orang responden (31,4%) menyatakan sangat setuju. Untuk sisanya sebanyak 6 orang responden (17,1%) menyatakan kurang setuju dan sama sekali tidak ada responden yang memberikan pernyataan tidak setuju ataupun sangat tidak setuju. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebanyak 29 orang responden dengan persentase mencapai 82,8% memberikan pernyataan kalau mereka setuju dan sangat

setuju dengan adanya fitur ataupun promo yang ditawarkan GRABFOOD sangat membantu untuk menghemat pengeluaran uang.

4.4 Analisis Tabel Silang

Analisis tabel silang adalah suatu teknik yang dilakukan untuk menganalisa dan mengetahui apakah ada hubungan antara variabel yang satu dengan variabel lainnya bernilai positif atau negatif. Analisis tabel silang bertujuan untuk melihat bagaimana penilaian antara data variabel yang satu berhubungan dengan data variabel yang lain, sehingga analisis tabel silang sendiri tidak menjadi penentu utama dalam melihat hubungan antara variabel yang diteliti. Pada penelitian ini, peneliti membuat dua variabel, yakni X dan Y untuk melihat sejauh mana tingkat toleran masing-masing variabel. Variabel yang disusun adalah sebagai berikut:

Tabel 4.18

Analisis Tabel Silang Fitur GRABFOOD nearby menjadi pilihan saya untuk mencari resto terdekat dari tempat saya berada. * Fitur GRABFOOD nearby memudahkan saya dalam memilih restoran terdekat dari tempat kerja saya. Crosstabulation

Count

		Fitur GRABFOOD nearby memudahkan saya dalam memilih restoran terdekat dari tempat kerja saya.			Total
		Kurang Setuju	Setuju	Sangat Setuju	
Fitur GRABFOOD nearby menjadi pilihan	Kurang Setuju	4	7	1	12
	Setuju	2	11	6	19

pilihan saya untuk mencari resto terdekat dari tempat saya berada.	Sangat Setuju	0	1	3	4
Total		6	19	10	35

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian SPSS Ver.26

Tabel 4.18 di atas memaparkan hasil persilangan antara hasil dari salah satu pertanyaan variabel bebas (X) mengenai “Fitur GRABFOOD nearby menjadi pilihan saya untuk mencari resto terdekat dari tempat saya berada” dengan hasil salah satu pertanyaan variabel terikat (Y) mengenai “Fitur GRABFOOD nearby memudahkan saya dalam memilih restoran terdekat dari tempat kerja saya”. Pada persilangan dari kedua hasil ini, persilangan yang memperoleh hasil terbanyak terdapat pada responden yang setuju bahwa dengan menggunakan fitur GRABFOOD nearby menjadi pilihan untuk mencari resto terdekat dari tempatnya berada maupun fitur GRABFOOD nearby memudahkan dalam memilih restoran terdekat dari tempat kerja.

Dapat dilihat bahwa dari keseluruhan 12 orang responden yang kurang setuju bahwa fitur GRABFOOD nearby menjadi pilihan untuk mencari resto terdekat dari tempat saya berada, sebanyak 7 responden di mana mereka juga menyatakan setuju dengan menggunakan fitur GRABFOOD nearby memudahkan dalam memilih restoran terdekat dari tempat kerja dan ada 1 orang responden menyatakan sangat setuju, lalu sisanya 4 orang responden menyatakan kurang setuju. Sedangkan tidak ada sama sekali responden yang menyatakan tidak setuju atau bahkan menyatakan sangat tidak setuju.

Responden yang menyatakan sangat setuju bahwa fitur GRABFOOD nearby menjadi pilihan untuk mencari resto terdekat dari tempat saya berada juga cukup banyak, sebanyak 19 orang responden yang menyatakan sangat setuju. Dari 19 orang responden tersebut, hampir keseluruhannya menyatakan sangat setuju menggunakan fitur GRABFOOD nearby memudahkan saya dalam memilih restoran terdekat dari tempat kerja saya sebanyak 6 orang responden dan sisanya 11 orang responden menyatakan setuju, dilanjutkan dengan 2 orang menyatakan kurang setuju. Selebihnya tidak ada sama sekali responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju.

Kemudian di sisi lain, responden yang menyatakan sangat setuju bahwa fitur GRABFOOD nearby menjadi pilihan saya untuk mencari resto terdekat dari tempat saya berada serta fitur GRABFOOD nearby memudahkan saya dalam memilih resto terdekat dari tempat kerja saya sebanyak 4 orang responden. Namun, mereka menyatakan setuju sebanyak 1 orang responden dan 3 orang responden menyatakan sangat setuju kalau fitur GRABFOOD nearby memudahkan mereka dalam memilih resto terdekat dari tempat kerja mereka. Dan tidak ada sama sekali responden yang menyatakan kalau mereka tidak setuju atau bahkan sangat tidak setuju.

Dari analisis tabel silang yang dilakukan, hasil terkait “Fitur GRABFOOD nearby menjadi pilihan saya untuk mencari resto terdekat dari tempat saya berada” berhubungan positif dengan hasil terkait “Fitur GRABFOOD nearby memudahkan saya dalam memilih resto terdekat dari tempat kerja saya”. Dapat disimpulkan bahwa hampir seluruh responden menyetujui atau sangat menyetujui

bahwa dengan menggunakan serta memilih fitur GRABFOOD nearby memudahkan mereka untuk memilih resto terdekat untuk memesan makanan/minuman dari tempat kerja atau dimanapun mereka berada.

Tabel 4.19

Analisis Tabel Silang Promo dan diskon yang ditawarkan oleh membuat saya lebih memilih memesan makanan/minuman melalui GRABFOOD dibanding membeli diluar. * Fitur GRABFOOD menambah efisiensi waktu saya untuk memesan makanan/minuman saat tidak bisa keluar kantor.

Crosstabulation

Count

		Fitur GRABFOOD menambah efisiensi waktu saya untuk memesan makanan/minuman saat tidak bisa keluar kantor.			Total
		Kurang Setuju	Setuju	Sangat Setuju	
Promo dan diskon yang ditawarkan oleh membuat saya lebih memilih memesan makanan/minuman melalui GRABFOOD dibanding membeli diluar.	Kurang Setuju	0	3	1	4
	Setuju	2	16	3	21
	Sangat Setuju	1	8	1	10
Total		3	27	5	35

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian SPSS Ver.26

Tabel 4.19 di atas memaparkan hasil persilangan antara hasil dari salah satu pertanyaan variabel bebas (X) mengenai “Promo dan diskon yang ditawarkan oleh fitur GRABFOOD membuat saya lebih memilih memesan makanan/minuman melalui GRABFOOD dibanding membeli diluar” dengan hasil

salah satu pertanyaan variabel terikat (Y) mengenai “Fitur GRABFOOD menambah efisiensi waktu saya untuk memesan makanan/minuman saat tidak bisa keluar kantor”. Pada persilangan dari kedua hasil ini, persilangan yang memperoleh hasil terbanyak terdapat pada responden yang setuju bahwa promo dan diskon yang ditawarkan fitur GRABFOOD membuat mereka memilih untuk memesan makanan/minuman melalui GRABFOOD dibanding membeli diluar secara langsung dengan mereka yang setuju bahwa fitur GRABFOOD menambah efisiensi waktu mereka untuk memesan makanan/minuman saat tidak bisa keluar kantor.

Dapat dilihat bahwa dari keseluruhan 21 orang responden yang setuju bahwa promo dan diskon yang ditawarkan fitur GRABFOOD membuat mereka lebih memilih untuk memesan makanan/minuman melalui GRABFOOD dibanding membeli diluar, sebanyak 16 orang responden menyatakan mereka setuju bahwa fitur GRABFOOD menambah efisiensi waktu untuk memesan makanan/minuman saat tidak bisa keluar kantor dan bahkan 3 orang responden menyatakan mereka sangat setuju. Sedangkan sisanya, 2 orang responden menyatakan mereka kurang setuju.

Responden yang menyatakan sangat setuju bahwa promo dan diskon yang ditawarkan fitur GRABFOOD membuat mereka memilih untuk memesan makanan/minuman melalui GRABFOOD dibanding membeli diluar juga cukup banyak, sebanyak 10 orang responden yang menyatakan sangat setuju. Dari 10 responden tersebut, 1 orang responden menyatakan sangat setuju kalau fitur GRABFOOD menambah efisiensi waktu untuk memesan makanan/minuman

saat tidak bisa keluar kantor dan 8 orang responden menyatakan setuju. Namun, ada 1 orang responden yang menyatakan kurang setuju dengan fitur GRABFOOD dapat menambah efisiensi waktu untuk memesan makanan/minuman saat tidak bisa keluar kantor.

Kemudian disisi lain, responden yang menyatakan kurang setuju bahwa promo dan diskon yang ditawarkan fitur GRABFOOD membuat mereka memilih memesan makanan/minuman melalui GRABFOOD dibanding membeli diluar hanya berjumlah 4 responden, yakni dengan penjelasan 3 orang responden menyatakan setuju dengan fitur GRABFOOD menambah efisiensi waktu untuk memesan makanan/minuman saat tidak bisa keluar kantor, dan ditambah dengan 1 orang responden yang menyatakan sangat setuju dengan fitur GRABFOOD menambah efisiensi waktu untuk memesan makanan/minuman saat tidak bisa keluar kantor. Dan tidak ada sama sekali responden yang menyatakan kurang setuju, tidak setuju ataupun sangat tidak setuju dengan fitur GRABFOOD menambah efisiensi waktu untuk memesan makanan/minuman saat tidak bisa keluar kantor.

Dari analisis tabel silang yang dilakukan, hasil terkait “Promo dan diskon yang ditawarkan fitur GRABFOOD membuat saya lebih memilih memesan makanan/minuman melalui GRABFOOD dibanding membeli diluar”berhubungan positif dengan hasil terkait “Fitur GRABFOOD menambah efisiensi waktu saya untuk memesan makanan/minuman saat tidak bisa keluar kantor”. Dapat disimpulkan bahwa hampir seluruh responden menyetujui atau sangat menyetujui bahwa dengan adanya promo dan diskon yang ditawarkan fitur GRABFOOD

membuat mereka lebih memilih memesan makanan/minuman melalui GRABFOOD dibanding membeli diluar dan juga dengan menggunakan fitur GRABFOOD dapat menambah efisiensi waktu mereka untuk memesan makanan/minuman saat tidak bisa keluar kantor.

Tabel 4.20

Analisis Tabel Silang Fitur headline promo berjalan yang ada di GRABFOOD memudahkan saya dalam memilih makanan/minuman yang sedang promo. * Fitur promo ataupun diskon yang ditawarkan fitur GRABFOOD sangat membantu saya untuk menghemat pengeluaran uang saya. Crosstabulation

Count

		Fitur promo ataupun diskon yang ditawarkan fitur GRABFOOD sangat membantu saya untuk menghemat pengeluaran uang saya.			Total
		Kurang Setuju	Setuju	Sangat Setuju	
fitur headline promo berjalan yang ada di GRABFOOD memudahkan saya dalam memilih makanan/minuman yang sedang promo.	Kurang Setuju	0	4	0	4
	Setuju	6	11	7	24
	Sangat Setuju	0	3	4	7
Total		6	18	11	35

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian SPSS Ver.26

Tabel 4.20 di atas memaparkan hasil persilangan antara hasil dari salah satu pertanyaan variabel bebas (X) mengenai “Fitur hradline promo berjalan yang ada di GRABFOOD memudahkan saya dalam memilih makanan/minuman yang sedang promo” dengan hasil salah satu pertanyaan dari variabel terikat (Y)

mengenai “Fitur promo ataupun diskon yang ditawarkan fitur GRABFOOD sangat membantu saya untuk menghemat pengeluaran uang saya”. Pada persilangan dari kedua hasil ini, persilangan yang memperoleh hasil terbanyak terdapat pada responden yang setuju bahwa bagi mereka fitur headline promo berjalan yang ada di GRABFOOD memudahkan mereka dalam memilih makanan/minuman yang sedang promo dengan mereka yang setuju bahwa fitur promo ataupun diskon yang ditawarkan fitur GRABFOOD sangat membantu mereka untuk menghemat pengeluaran uang mereka.

Dapat dilihat bahwa dari keseluruhan 24 orang responden yang setuju bahwa bagi mereka fitur headline promo berjalan yang ada di GRABFOOD memudahkan mereka dalam memilih makanan/minuman yang sedang promo, sebanyak 11 orang responden di mana mereka juga setuju dengan fitur promo ataupun diskon yang ditawarkan fitur GRABFOOD sangat membantu mereka untuk menghemat pengeluaran uang mereka, dan bahkan 7 orang responden menyatakan sangat setuju. Sedangkan sisanya sebanyak 6 orang responden menyatakan kurang setuju jika fitur promo ataupun diskon yang ditawarkan fitur GRABFOOD sangat membantu mereka untuk menghemat pengeluarannya.

Responden yang menyatakan sangat setuju bahwa bagi mereka fitur headline promo berjalan yang ada di GRABFOOD memudahkan mereka dalam memilih makanan/minuman yang sedang promo, ada sebanyak 7 orang responden yang menyatakan sangat setuju. Dari 7 orang responden tersebut, hampir keseluruhannya menyatakan sangat setuju dengan fitur promo ataupun diskon yang ditawarkan fitur GRABFOOD sangat membantu mereka untuk menghemat

pengeluaran uang mereka sebanyak 4 orang responden lalu sisanya 3 orang responden menyatakan setuju, dan tidak ada sama sekali yang menyatakan kurang setuju, tidak setuju ataupun sangat tidak setuju kalau fitur promo ataupun diskon yang ditawarkan fitur GRABFOOD sangat membantu untuk menghemat pengeluaran uang.

Kemudian disisi lain, responden yang menyatakan tidak setuju bahwa fitur headline promo berjalan yang ada di GRABFOOD memudahkan mereka dalam memilih makanan/minuman yang sedang promo hanya berjumlah 4 orang responden. Dengan sebanyak 4 orang responden menyatakan setuju kalau fitur promo ataupun diskon yang ditawarkan fitur GRABFOOD sangat membantu untuk menghemat pengeluaran uang mereka. Dan tidak ada sama sekali responden yang menyatakan sangat setuju, kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju dengan fitur promo ataupun diskon yang ditawarkan fitur GRABFOOD sangat membantu untuk menghemat pengeluaran uang mereka.

Dari analisis tabel silang yang dilakukan, hasil terkait “fitur headline promo berjalan yang ada di GRABFOOD memudahkan saya dalam memilih makanan/minuman yang sedang promo” berhubungan positif dengan hasil terkait “fitur promo ataupun diskon yang ditawarkan fitur GRABFOOD sangat membantu untuk menghemat pengeluaran uang saya”. Dapat disimpulkan bahwa hampir seluruh responden menyetujui dan sangat menyetujui bahwa fitur headline promo berjalan yang ada di GRABFOOD memudahkan mereka dalam memilih makanan/minuman yang sedang promo dan juga dengan adanya fitur promo

ataupun diskon yang ditawarkan fitur GRABFOOD sangat membantu untuk menghemat pengeluaran uang mereka.

4.5 Uji Hipotesis

Setelah dilakukannya serangkaian analisis seperti analisis tabel tunggal dan tabel silang, tahap selanjutnya adalah uji hipotesis. Uji hipotesis merupakan pengujian data statistik yang bertujuan untuk mengetahui data yang diajukan dapat diterima atau ditolak. Hipotesis dalam penelitian ini meliputi variabel X yakni penggunaan fitur GRABFOOD dan variabel Y yakni peningkatan kinerja karyawan KISS FM. Untuk menguji hubungan di antara dua variabel, peneliti menggunakan rumus koefisien korelasi *Spearman's Rank-Order Correlation* dalam aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 26. Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.21

Uji Hipotesis

Correlations

			Fitur GRABFOOD	Peningkatan Kinerja Karyawan
Spearman's rho	Fitur GRABFOOD	Correlation Coefficient	1,000	,348*
		Sig. (2-tailed)	.	,041
		N	35	35
	Peningkatan Kinerja Karyawan	Correlation Coefficient	,348*	1,000
Sig. (2-tailed)		,041	.	
N		35	35	

Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan SPSS Ver.26

Berdasarkan uji hipotesis pada tabel 4.21 di atas menggunakan aplikasi SPSS versi 26 diperoleh hasil koefisien korelasi (r_s) sebesar 0,348 dengan nilai signifikansi (*Sig. (2-tailed)*) = 0,041 yang artinya nilai signifikan <0.05 menunjukkan kalau tidak adanya hubungan yang signifikan, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Kemudian untuk melihat tinggi-rendahnya korelasi (derajat hubungan), hal ini dapat dilihat dengan menggunakan skala *Guildford* sebagai berikut:

0	: Tidak ada korelasi
<0,20	: Korelasi sangat rendah
0,20-0,40	: Korelasi rendah tapi pasti
0,41-0,70	: Korelasi yang cukup berarti
0,71-0,90	: Korelasi yang tinggi
>0,90	: Korelasi sangat tinggi
1	: Korelasi sempurna

Dapat disimpulkan dari hasil perhitungan uji hipotesis di atas bahwa diperoleh hasil koefisien korelasi (r_s) 0,348 atau terletak di 0,20 – 0,40 sehingga dapat dinyatakan bahwa korelasinya rendah tapi pasti atau memiliki hubungan yang rendah tapi dengan hasil yang pasti. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis pada penelitian ini memiliki hubungan yang signifikan. Hal ini berarti bahwa antara pengaruh penggunaan fitur GRABFOOD terhadap peningkatan kinerja karyawan KISS FM memiliki hubungan yang rendah tapi pasti.

Kemudian untuk melihat seberapa besar hubungan atau peran antara penggunaan fitur GRABFOOD terhadap peningkatan kinerja karyawan KISS FM, peneliti melakukan uji determinasi sebagai berikut:

$$D = (r_s)^2 \times 100\%$$

$$D = (0,348)^2 \times 100\%$$

$$D = (0,1211) \times 100\%$$

$$D = 12,11\%$$

Berdasarkan hasil di atas, dapat disimpulkan bahwa hasil tersebut menunjukkan kekuatan pengaruh penggunaan fitur GRABFOOD terhadap peningkatan kinerja karyawan KISS FM pada penelitian ini adalah 12,11%.

4.6 Pembahasan

Setelah banyaknya tahap yang dilakukan dalam penelitian ini seperti melakukan pengumpulan data, pengolahan data, analisis data, dan saat ini masuk pada tahap pembahasan. Pada tahap ini peneliti akan menjabarkan sejauh manakah pengaruh penggunaan fitur GRABFOOD terhadap peningkatan kinerja karyawan KISS FM yang akan dijelaskan sebagai berikut:

4.6.1 Pengaruh penggunaan fitur GRABFOOD terhadap peningkatan kinerja karyawan KISS FM

Pada penelitian kali ini, kuesioner penelitian yang di buat dalam bentuk *google form* disebar kepada 35 responden. Kemudian setelah melakukan penyebaran kuesioner, peneliti melakukan pengolahan data,

yakni tabel tunggal dan tabel silang dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 26 yang kemudian data tersebut di analisis.

Kemudian setelah menganalisis semua data yang ada pada kuesioner, selanjutnya masuk pada tahap pengujian hipotesis tata jenjang (*Rank Order Correlation Coefficient*) oleh Spearman dengan menggunakan SPSS versi 26 untuk menguji hipotesis dari pengaruh penggunaan fitur GRABFOOD terhadap peningkatan kinerja karyawan KISS FM. Berdasarkan hasil pengolahan, maka diperoleh nilai koefisien korelasi (r_s) sebesar 0,348 dengan angka signifikansi (Sig.(2tailed)) = 0,041 yang artinya nilai signifikan $<0,05$ menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan tentang pengaruh penggunaan fitur GRABFOOD terhadap peningkatan kinerja karyawan KISS FM.

Kemudian diukur dengan skala *Guildford*, hasil koefisien korelasi (r_s) = 0,348 berada pada tingkatan 0,20 – 0,40 yang artinya bahwa korelasi yang terdapat pada penggunaan fitur GRABFOOD terhadap peningkatan kinerja karyawan KISS FM memiliki korelasi yang rendah tapi pasti. Tahap selanjutnya peneliti menggunakan pengujian determinasi untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang diberikan dari penggunaan fitur GRABFOOD terhadap peningkatan kinerja karyawan KISS FM. Dari pengujian determinasi yang dilakukan, nilai yang diperoleh hanya sebesar 12,11%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa penggunaan fitur

GRABFOOD sebesar 12,11% mempengaruhi peningkatan kinerja karyawan KISS FM.

Kemudian dalam pertanyaan terbuka/essay sebanyak 3 pertanyaan yang peneliti tambahkan kedalam kuesioner, pada pertanyaan pertama yaitu tentang “Seberapa sering anda menggunakan fitur GRABFOOD pada saat anda berada di kantor (bekerja)?”. Dari jumlah total responden yang sebanyak 35 orang diperoleh jawaban yang positif yaitu semua responden dengan jumlah 35 orang memberikan jawaban bahwa mereka sering menggunakan fitur GRABFOOD ketika mereka sedang bekerja di kantor dengan berbagai alasan yang baik. Salah satunya dengan alasan karena mereka tidak perlu repot-repot membeli makanan ataupun minuman keluar dan hanya tinggal menunggu pesanan mereka datang.

Dilanjutkan dengan pertanyaan terbuka (essay) yang kedua yakni tentang “Dengan adanya diskon dan promo yang ditawarkan pada fitur GRABFOOD apakah pengeluaran uang anda untuk membeli makanan/minuman lebih sedikit jika memesan melalui fitur GRABFOOD dibandingkan membeli makanan/minuman keluar (langsung ke tempat penjual)?” dari total 35 orang responden, peneliti memperoleh jawaban hampir semua responden yang berjumlah 32 orang responden merasa dengan adanya promo dan diskon yang diberikan oleh fitur GRABFOOD memang dapat menghemat pengeluaran uang mereka karena harga pesanan yang mereka beli melalui fitur GRABFOOD menjadi lebih murah jika dibandingkan dengan membeli langsung ke tempat penjual terutama

dengan adanya promo RASAWEEKEND yang selalu ada di hari Jum'at, Sabtu, dan Minggu dapat membantu karyawan KISS FM yang berprofesi sebagai penyiar karena mereka juga masuk di akhir pekan dengan waktu yang tidak tertentu. Dan ada juga 3 orang responden yang memberikan jawaban kalau diskon dan promo yang mereka dapatkan tidak terlalu memberikan potongan harga yang terlalu banyak.

Dan dilanjutkan dengan pertanyaan terakhir dari pertanyaan terbuka (essay) tentang “Apakah dengan adanya fitur GRABFOOD membuat anda lebih efisien ketika membeli makanan/minuman saat anda sedang sibuk di kantor?”. Dalam pertanyaan essay terakhir ini semua responden yang berjumlah 35 orang menyatakan bahwa mereka setuju bahwa dengan menggunakan fitur GRABFOOD membuat mereka lebih efisien saat membeli makanan/minuman ketika sedang sibuk di kantor dengan alasan efisiensi yang berbeda-beda, terutama dalam hal efisiensi waktu dan tenaga karena mereka hanya tinggal menunggu pesanan mereka datang sembari mengerjakan pekerjaan kantor yang menyebabkan mereka tidak bisa keluar untuk membeli makanan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dengan judul “Pengaruh Fitur GRABFOOD Terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan KISS FM” maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Setelah menganalisis semua data yang ada pada kuesioner, peneliti melanjutkan pada tahap pengujian hipotesis tata jenjang (*Rank Order Correlation Coefficient*) oleh Spearman dengan menggunakan SPSS versi 26 untuk menguji hipotesis dari pengaruh penggunaan fitur GRABFOOD terhadap peningkatan kinerja karyawan KISS FM. Berdasarkan hasil pengolahan, maka diperoleh nilai koefisien korelasi (r_s) sebesar 0,348 dengan angka signifikansi ($\text{Sig.}(2\text{tailed})$) = 0,041 yang artinya nilai signifikan $<0,05$ menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan fitur GRABFOOD memiliki hubungan yang signifikan terhadap kinerja karyawan KISS FM, dengan penjelasan korelasi rendah tapi pasti tentang pengaruh penggunaan fitur GRABFOOD terhadap peningkatan kinerja karyawan KISS FM.
2. Kemudian peneliti melakukan pengukuran dengan skala *Guildford*, hasil koefisien korelasi (r_s) = 0,348 berada pada tingkatan 0,20 – 0,40 yang artinya bahwa korelasi yang terdapat pada penggunaan fitur GRABFOOD terhadap peningkatan kinerja karyawan KISS FM memiliki korelasi rendah tapi pasti. Tahap selanjutnya peneliti menggunakan pengujian determinasi untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang diberikan dari penggunaan fitur GRABFOOD terhadap peningkatan kinerja karyawan KISS FM. Dari pengujian determinasi yang dilakukan, nilai yang diperoleh hanya sebesar 12,11%. Dengan

demikian dapat disimpulkan bahwa penggunaan fitur GRABFOOD sebesar 12,11% mempengaruhi peningkatan kinerja karyawan KISS FM.

3. Dilanjutkan dengan pertanyaan terbuka (essay) yang peneliti tambahkan kedalam kuesioner untuk memperkuat alasan dan jawaban dari penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa semua karyawan KISS FM sebanyak 35 orang yang dimana seluruhnya menjadi responden menyatakan bahwa mereka memang menggunakan fitur GRABFOOD saat mereka berkerja di kantor, serta mereka juga merasa dengan adanya promo dan diskon yang diberikan oleh fitur GRABFOOD memang membantu dalam mengurangi pengeluaran uang mereka untuk membeli makanan/minuman karena harganya menjadi lebih murah dibandingkan membeli langsung keluar. Dan yang terakhir diperoleh jawaban bahwa fitur GRABFOOD juga membantu mereka dalam hal efisiensi waktu dan tenaga karena mereka hanya tinggal menunggu pesanan datang dan tidak perlu repot-repot keluar kantor untuk membeli makanan ketika sedang sibuk dan tidak bisa keluar kantor.

5.2 SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka selanjutnya peneliti memberikan saran yang sekiranya dapat membantu atau memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait. Adapun saran yang dapat disampaikan adalah:

1. Untuk penelitian selanjutnya jika berminat melakukan penelitian di bidang yang sama diharapkan mampu memperhatikan teori yang digunakan. Hal ini dikarenakan bidang dalam penelitian ini adalah hal yang terus akan berkembang dari waktu ke waktu. Maka dari itu ketika ingin melakukan penelitian yang sama pada bidang ini tetap selalu memastikan menggunakan teori yang terbaru juga, terkhusus mengenai

Komunikasi Pemasaran, Komunikasi Pemasaran Digital, serta tentang Kinerja dan Pengukuran Kinerja.

2. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh yang signifikan di antara variabel X dan Y, yakni antara penggunaan fitur GRABFOOD terhadap peningkatan kinerja karyawan KISS FM. Sehingga penelitian ini dapat dijadikan rujukan baik bagi peneliti, praktisi ataupun pengguna fitur GRABFOOD untuk dapat mengambil tindakan yang diperlukan agar dapat memberikan manfaat yang lebih baik lagi guna untuk meningkatkan kualitas masing-masing dari segi atau dalam hal apapun.
3. Bagi mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi maupun para peneliti berikutnya ketika ingin melakukan penelitian yang sama dengan bidang ini, penelitian selanjutnya diharapkan dapat menentukan variabel terikat (Y) yang berbeda yang dapat disesuaikan dengan keadaan terbaru yang akan datang serta juga dapat menentukan sasaran penelitian yang lebih tepat dan luas sehingga dapat memperkaya dan dapat menambah referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arsenia, Venda Laksmi. 2011. "*Analisis Pengukuran Kinerja Perusahaan Dengan Metode Balanced Scorecard (Studi Kasus Pada PT. Bank Jateng Cabang Utama Semarang)*". Universitas Diponegoro.
- Asmajasari, Magdalena. 1997. *Study Periklanan Dalam Perspektif Komunikasi Pemasaran*, Malang: UMM Press.
- Darmawan, Deni. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*. Bandung Citra Aditya Bakti.
- Effendy, Onon Uchjana. 2011. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Prakteknya*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Hariandja, Marihot Tua Efendi. 2005. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT.Grasindo
- Heidrick and Struggles. (2009). *The Adoption of Digital Marketing in Financial Services Under Crisis*.
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Hovland, C. I., Janis, I. L., & Kelley, H. H. (1953). *Communication and persuasion; psychological studies of opinion change*. Yale University Press
- Kleindl, B.A. & Burrow, J.L. (2005). *E-Commerce Marketing*. United States of America: South Western
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kurnia, Novi. 2005. *Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi Terhadap Teori Komunikasi*. *Erakreditasi Dirjen Dikti*, 6, Hal. 291-292.

- Lembaga Administrasi Negara (LAN) RI. 2000. Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan (BPKB), *Pengukuran Kinerja Instansi Pemerintah: Modul Sosialisasi Sistem Akuntabilitas Kinerja Institut Pemerintah. Lembaga Administrasi Negara (LAN) RI.*
- Madcoms. 2015. *Mudah Menggunakan Internet untuk Pemula.* Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Martono, Nanang. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder.* Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada. 280 hal.
- Morissan. 2015. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu.* Jakarta: Prenadamedia Group.
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar,* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya).
- Ngalimun, S.Pd., M.I.Kom. 2017. *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Praktis.* Yogyakarta, h.30.
- Panuju, Redi. 2019. *Komunikasi Pemasaran: Pemasaran Sebagai Gejala Komunikasi – Komunikasi Sebagai Strategi Pemasaran.* Jakarta: Prenadamedia Group.
- Rahmat, Jalaludin. 2011. *Komunikasi Politik Komunikator, Pesan, dan Media.* Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Siagian, S. P. (2002). *Kiat Meningkatkan Produktivitas Kerja.* Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods).* Bandung: Alfabeta.
- Zainury, Ade. 2018. *Pemanfaatan Radio Streaming Kiss Fm Dalam Menjaga Eksistensi Pendengar Di Kota Medan.* Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Muhammadiyah: Sumatera Utara.

Sumber Lain:

IDN Times. *Yuk Kenali, Ini 4 Fitur Baru GrabFood yang Bikin Hidupmu Lebih Mudah*. [https://sumut.idntimes.com/news/sumut/arifin-alamudi/yuk-kenali-
ini-4-fitur-baru-grabfood-yang-bikin-hidupmu-lebih-mudah](https://sumut.idntimes.com/news/sumut/arifin-alamudi/yuk-kenali-
ini-4-fitur-baru-grabfood-yang-bikin-hidupmu-lebih-mudah) (diakses pada 3 Februari 2021)

Kompas Online. *Pengertian dan Pengembangan Teknologi All – Kompas.com*.
[https://www.kompas.com/skola/read/2021/01/08/120000169/pengertian-
dan-perkembangan-teknologi?page=all](https://www.kompas.com/skola/read/2021/01/08/120000169/pengertian-
dan-perkembangan-teknologi?page=all) (diakses pada 25 Februari 2021)

Penulis: Ari Welianto.

LAMPIRAN

pengertian kinerja menu x Kotak Masuk (185) - irzh PENGARUH PENGGUNA/ Untitled

docs.google.com/forms/d/1t_zGQCzQnGWQge-Matl2w_s4Jd25iAAqF1Mn2qiEwXI/edit#responses

PENGARUH PENGGUNAAN FITUR GRABFOOD TERHADAP PENII ☆ Kirim

Pertanyaan Jawaban 35 Setelan

35 jawaban

Menerima jawaban

Ringkasan Pertanyaan Individual

Bagian Tanpa Judul

Identitas Responden

Nama

35 jawaban

Alfredo Yoshua

Mey Permata

Guntur Hermawan

Tengku Maharani

Zavira Husna

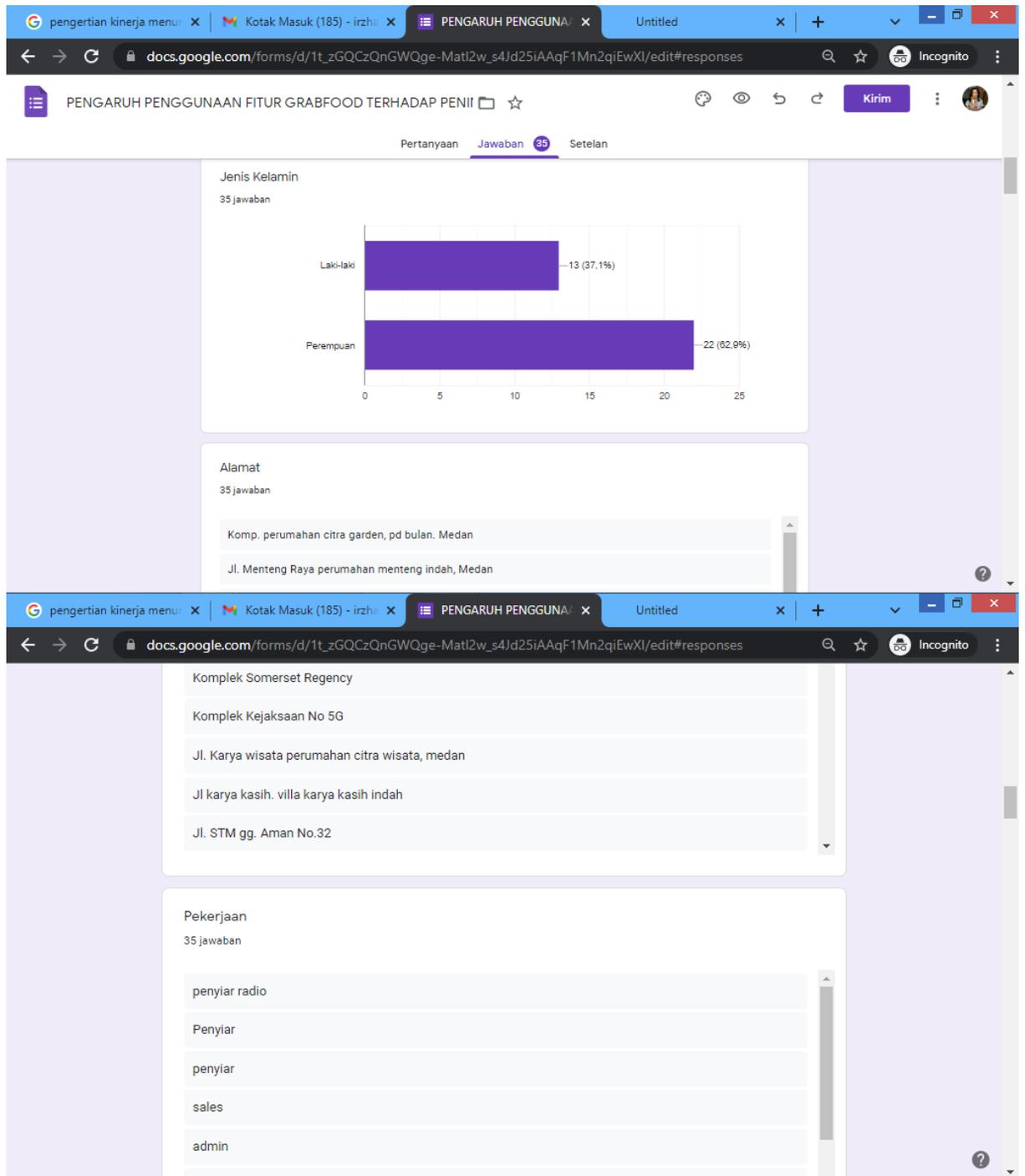
Satria Lucky Girsang

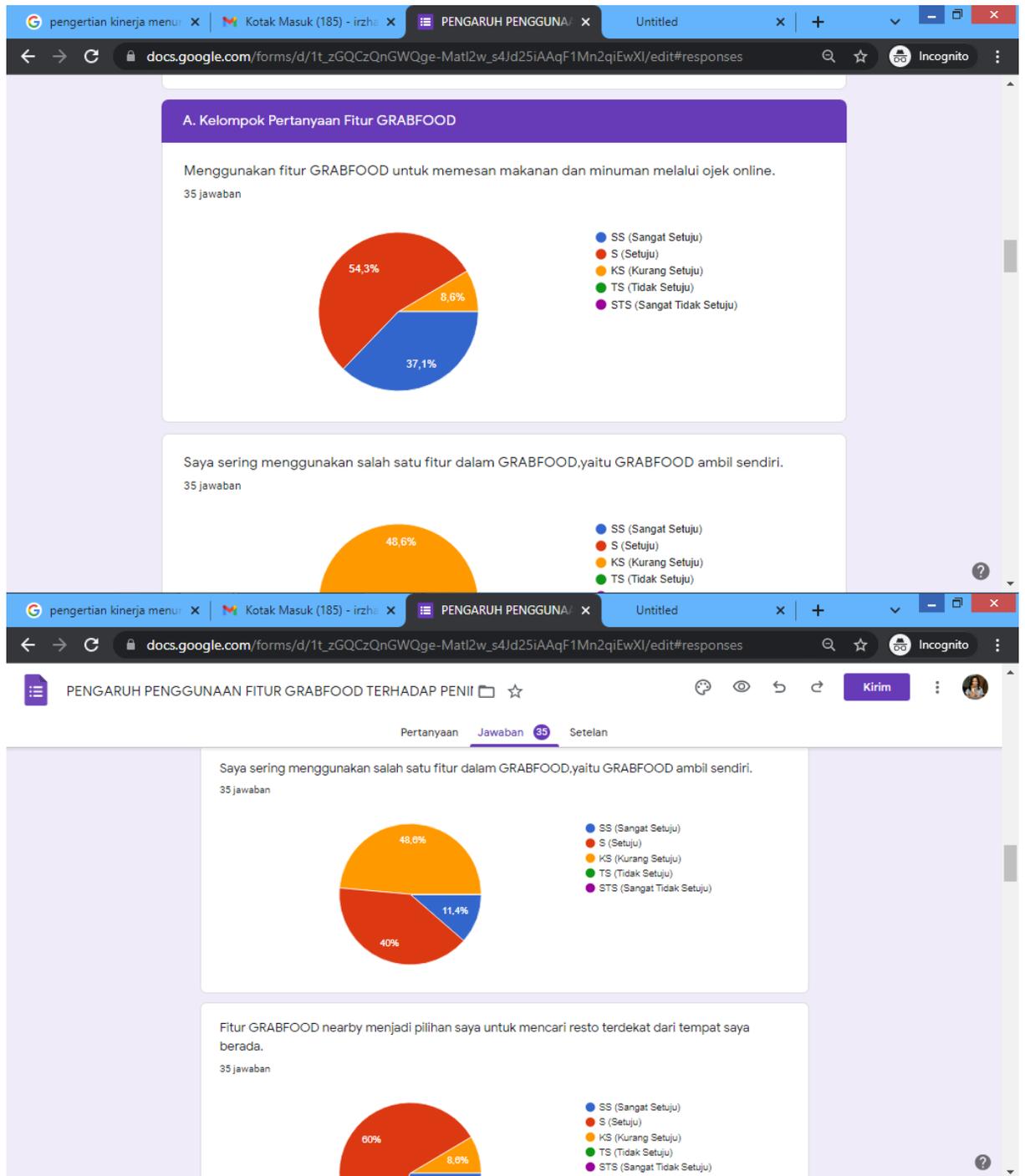
regina alea

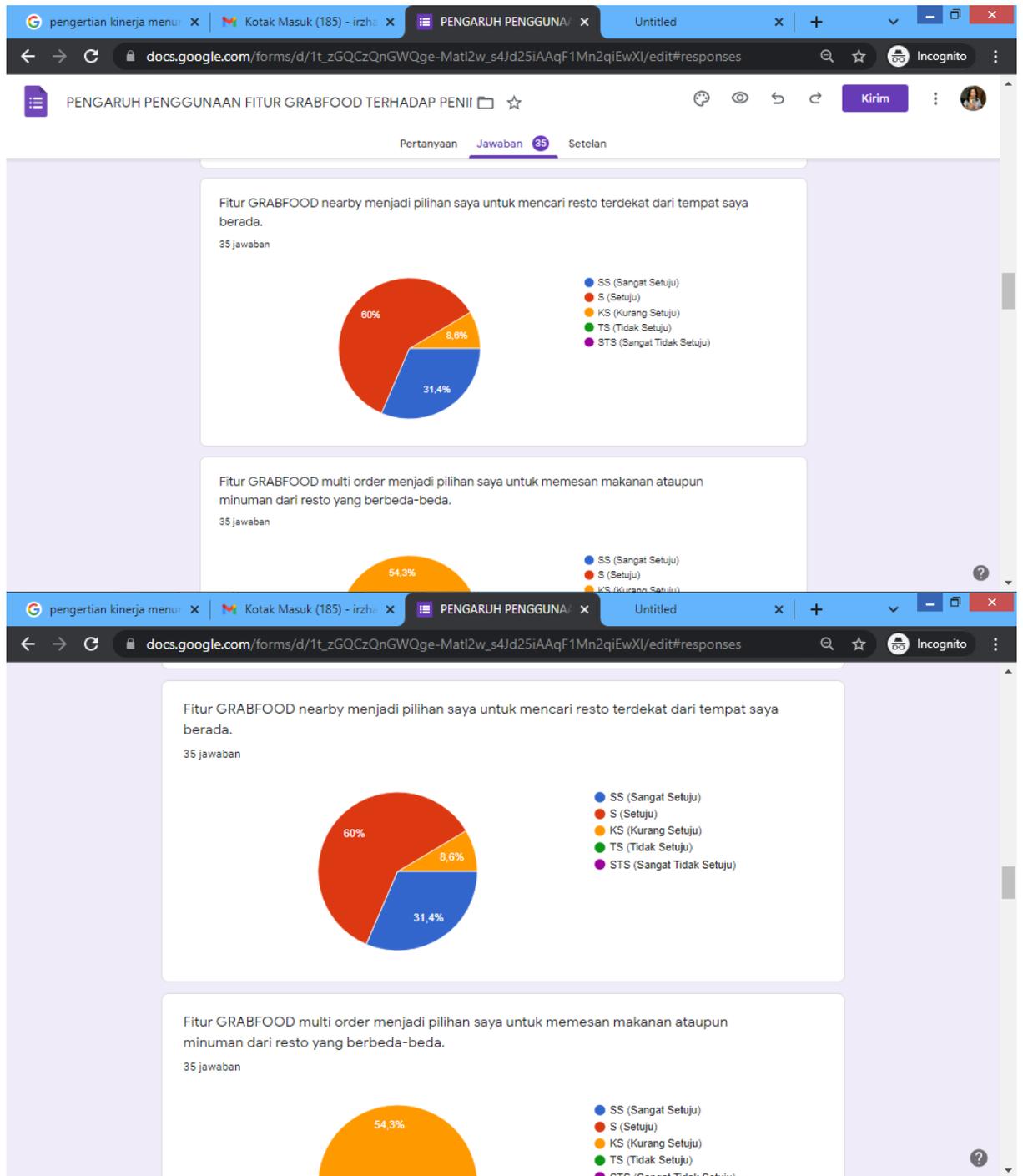
Usia

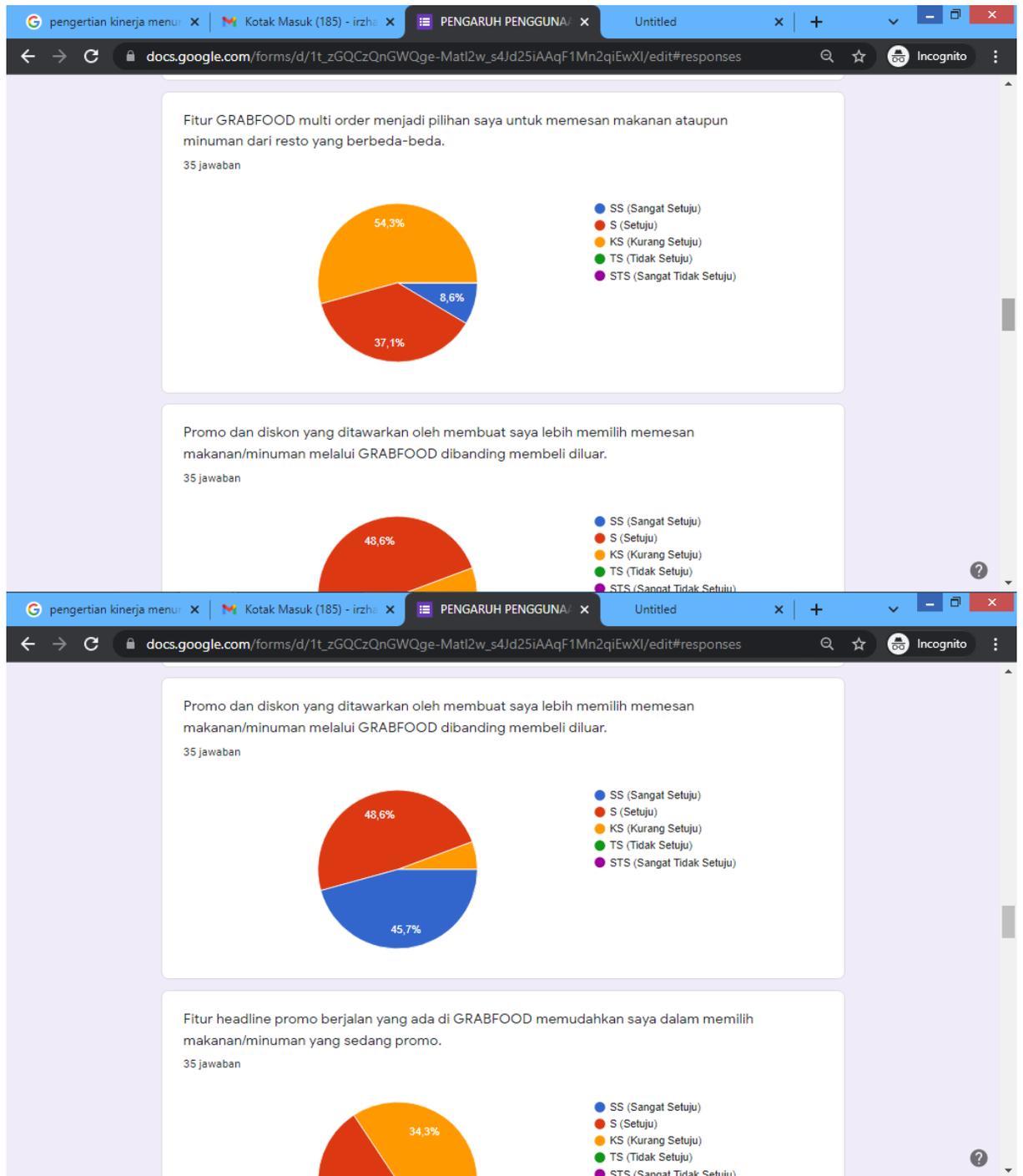
35 jawaban

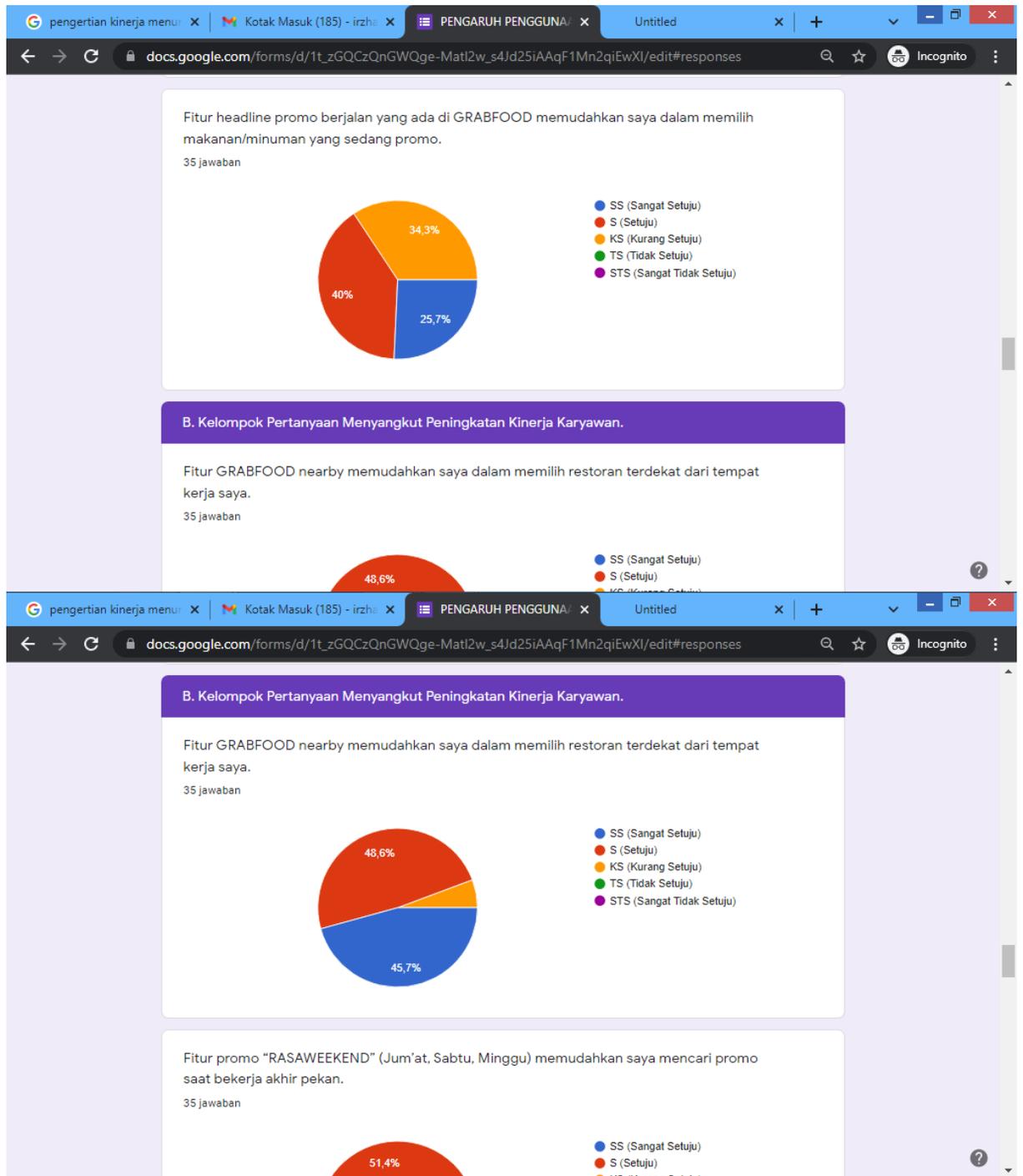
Usia (tahun)	Jumlah Jawaban	Persentase
20	1	2,9%
20 tahun	1	2,9%
21 tahun	1	2,9%
22 Tahun	5	14,3%
23	1	2,9%
23 tahun	2	5,7%
24	1	2,9%
24	3	8,6%
25 tahun	1	2,9%
25 tahun	1	2,9%
26 tahun	2	5,7%
26 tahun	3	8,6%
28 Tahun	1	2,9%
28 Tahun	3	8,6%
32 tahun	1	2,9%
32 tahun	3	8,6%
35...	1	2,9%
35...	1	2,9%

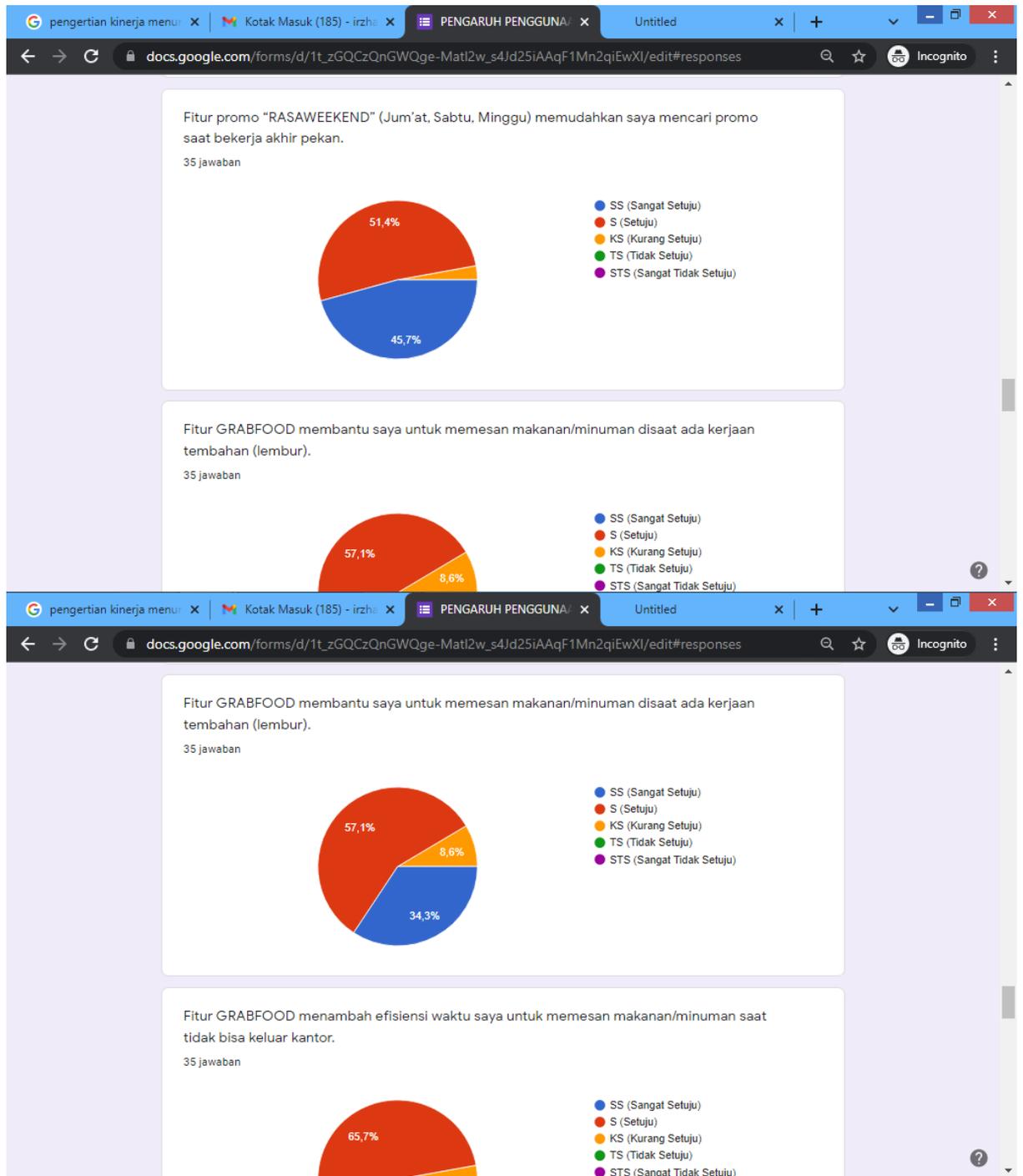


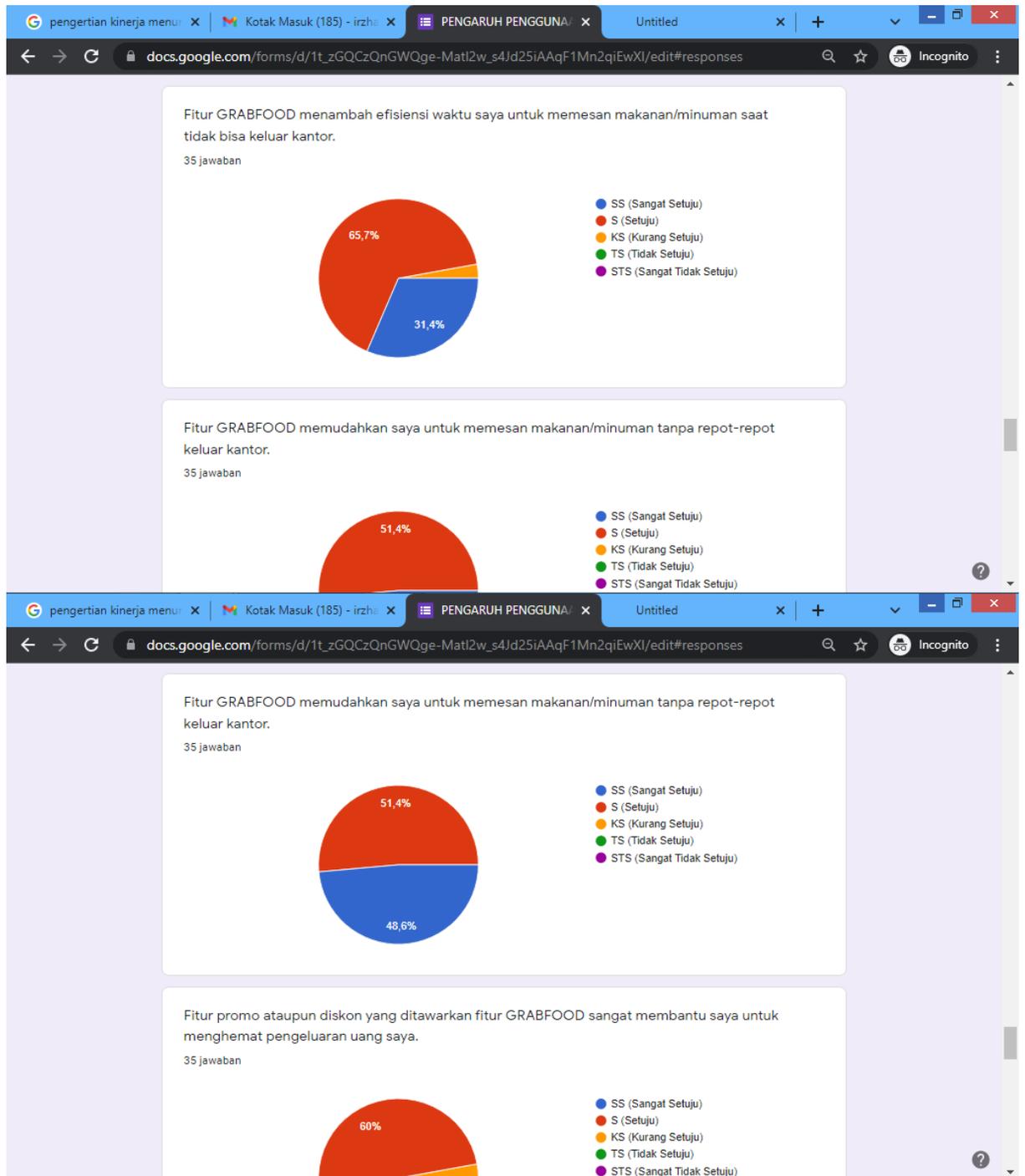


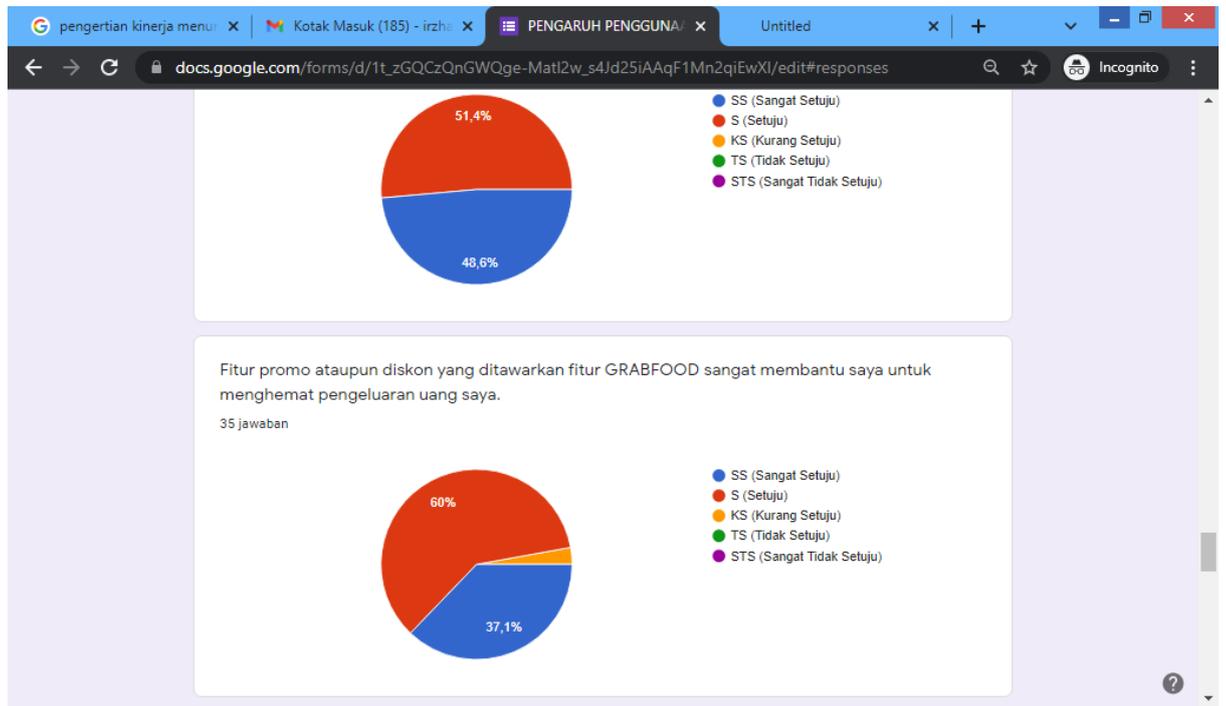














Unggul, Cerdas & Terpercaya
menjawab surat ini agar disubukan
tor dan langgalnya

040.17.311

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: http://www.umsu.ac.id E-mail: rektor@umsu.ac.id

PERMOHONAN-PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI

Slk-1

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 05 Januari 2020

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU:

Nama lengkap : Irzha Maulana Suhendar
NPM : 1703110062
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Tabungan sks : 127.... sks, IP Kumulatif 3,58...

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diajukan	Tahun
1	Pengaruh Penggunaan Fitur "GrabFood" Terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan Kiss.Fm.	13/1 - 2021
2	Persepsi Mahasiswa Terhadap Layanan "Grab" di Kalangan Mahasiswa Kota Medan.	
3	Pengaruh Sosial Media Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif dalam Fashion Mahasiswa Kota Medan.	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik Mahasiswa (DKAM) yang dikeluarkan oleh Dekan.
3. Tanda bukti Lunas Uang/Biaya Seminar Proposal;*

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

Rekomendasi Ketua Jurusan :
Diteruskan kepada Dekan untuk
Penetapan Judul dan Pembimbing.

Medan, tgl. 13 Januari 2021

Ketua,

Newlancah Naxiation .S.Sos.. M.T.Knm

Pemohon,

(Irzha Maulana Suhendar.)
Corry Novriani Ap. Sinaga

05/1 2021
Acc.



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<https://fisip.umsu.ac.id> fisip@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.linkedin.com/umsumedan)

PERPANJANGAN TERAKHIR
SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING
Nomor : 57/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2021

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara,
setelah memperhatikan :

1. Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor : 1231/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awai 1443H/26 Oktober 2021 M;
2. Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing No. 57/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2021 tgl. 13 Januari 2021 yang telah berakhir masa berlakunya tanggal 13 Januari 2022;

Memberikan **Perpanjangan Masa Berlakunya Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing No. 57/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2021 tgl. 13 Januari 2021 untuk Mahasiswa sebagai berikut:**

Nama mahasiswa : **IRZHA MAULANA SUHENDAR**
NPM : 1703110062
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : X (Sepuluh) Tahun Akademik 2021/2022
Judul Skripsi : **PENGARUH PENGGUNAAN FITUR GRAB FOOD TERHADAP PENINGKATAN KINERJA KARYAWAN KISS.FM**

Pembimbing : **CORRY NOVRICA AP SINAGA, S.Sos., M.A.**

Selama 3 (Tiga) Bulan sampai tanggal **25 Mei 2022** dengan ketentuan :

1. Penulisan Skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan yang berpedoman kepada ketentuan sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor : 1231/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M.
2. Surat Perpanjangan Penetapan Judul Skripsi dan Naskah Skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sampai batas tanggal **25 Mei 2022** dan atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 24 Rajab 1443 H
25 Februari 2022 M

Dekan,



Dr. ARIEF SALEH, S.Sos., MSP.
NIDN: 0030017402



Tembusan

1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Peringgal.



Unggul, Cerdas & Terpercaya
 Untuk menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
 Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

Sk-3

PERMOHONAN
 SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Kepada Yth.
 Bapak Dekan FISIP UMSU
 di
 Medan.

Medan, 10 Februari 2021.

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : Irzha Maulana Suhendar
 N P M : 1703110062
 Jurusan : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing No. 57/SK/II.3/UMSU-03/F/2021... tanggal dengan judul sebagai berikut :

Pengaruh Penggunaan Fitur GrabFood Terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan KISS.FM

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Penetapan Judul Skripsi (SK - 1);
2. Surat Penetapan Pembimbing (SK-2);
3. DKAM yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Skripsi;
7. Proposol Skripsi yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap -3)
8. Semua berkas dimasukkan ke dalam MAP.

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Menyetujui :
 Pembimbing

CORRY NOVICA AP. S.W.A.G.A. S.Sos; MA

Pemohon,

(Irzha Maulana Suhendar)



UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

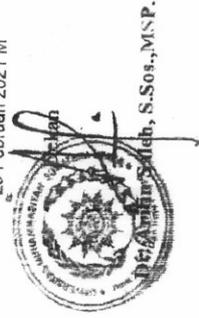
Nomor : 261/UND/II.3-AU/UMSU-03/F/2021

Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Hari, Tanggal : Sabtu, 27 Februari 2021
 Waktu : 10.00 WIB s.d. selesai
 Tempat : Online/Daring
 Pemimpin Seminar : Nurhasanah Nasution, S.Sos., M.I.Kom.

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PEMBIMBING	JUDUL PROPOSAL SKRIPSI
1	M. REZA SAHYUDA	1703110064	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos., M.I.Kom	ANALISIS TEKNIK PENGAMBILAN GAMBAR SINEMATOGRAFI DALAM FILM "HER"
2	IRZHA MAULANA SUHENDAR	1703110062	RAHMANITA GINTING S.Sos., M.A., Ph.D.	CORRY NOVRICA AP SINAGA, S.Sos., M.A.	PENGARUH PENGGUNAAN FITUR GRABFOOD TERHADAP PENINGKATAN KINERJA KARYAWAN KISS.FM
3	CINDI AULIA	1703110100	Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.Si.	Drs. ZULFAHMI., M.I.Kom.	PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA BELAJAR ZOOM TERHADAP PEMAHAMAN MAHASISWA STIE BINA KARYA TEBING TINGGI
4	ANBAR RIZKY GUNAWAN	1703110097	LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom.	ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom	OPINI MASYARAKAT KOTA PEMATANGSIANTAR TENTANG OLEH-OLEH KHAS "ROTI GANDA" TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT
5	PUTRI CAHAYA NINGGUSTI	1703110088	TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom	Dr. YAN HENDRA, M.Si.	PERAN KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM MENCAPAI EFEKTIVITAS KERJA KARYAWAN DI PTPN UNIT BAHEUTONG

Medan, 13 Rajab 1442 H

25 Februari 2021 M





UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : rektor@umsu.ac.id

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : **IREHA MAULANA SUHENDAR.**
N P M : **1703110062**
Jurusan : **ILMU KOMUNIKASI**
Judul Skripsi : **Pengaruh Penggunaan Fitur GRABFOOD Terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan KISS.FM.**

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.)	5/01-2021	Bimbingan Proposal Pertama	cf
2.)	12/01-2021	Bimbingan Proposal Kedua	cf
3.)	20/01-2021	Bimbingan Proposal Ketiga	cf
4.)	10/02-2021	ACC Proposal	cf
5.)	13/09-2021	Bimbingan Kuesioner	cf
6.)	20/09-2021	ACC Kuesioner	cf
7.)	7/12-2021	Bimbingan Skripsi Pertama	cf
8.)	16/12-2021	Bimbingan Skripsi Kedua	cf
9.)	06/01-2022	Bimbingan Skripsi Ketiga	cf
10.)	14/02-2022	ACC Skripsi	cf

Medan, 14 Februari 2022

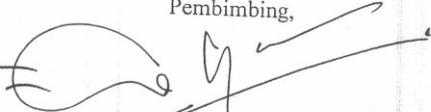
Dekan,


Dr. Arifin Saleh, S.Sos., MSP.

Ketua Jurusan,


Achyar Ansori, S.Sos., M.I.Kom.

Pembimbing,


Comy Nurrica APSingga, S.Sos., MA.



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Slk-10



UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI

Nomor : 456/UND/II.3-AU/UMSU-03/F/2022

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Selasa, 29 Maret 2022
Waktu : 08.00 WIB s.d. Selesai
Tempat : Ruang 208-209 FISIP UMSU

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI			Judul Skripsi
			PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
1	DIO ADYATAMA	1703110046	LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom	CORRY NOVRIKA AP SINAGA, S.Sos., M.A.	Dr. ANANG ANAS AZHAR, M.A	MANAJEMEN KOMUNIKASI TRAVEL PT. DARUL UMROH AL-HARAMAIN TERKAIT PEMBATAAN KEBERANGKATAN DI MASA COVID-19
2	IRZHA MAULANA SUHENDAR	1703110062	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP	Dr. ANANG ANAS AZHAR, M.A	CORRY NOVRIKA AP SINAGA, S.Sos., M.A.	PENGARUH PENGGUNAAN FITUR GRAB FOOD TERHADAP PENINGKATAN KINERJA KARYAWAN KISS.FM
3	RICO ANDRIAN SARAGIH	1703110186	ABRAR ADHANI, S.Sos, M.I.Kom.	TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom	Dr. MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos, M. I.Kom	PEMANFAATAN FOTOGRAFI MELALUI MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH WISATAWAN SIANTAR ZOO DIMASA PANDEMI COVID-19
4	DERIANDA RAMADHAN	1803110227	LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom	Dr. MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos, M. I.Kom	Dra. DEWI KURNIAWATI, M.Si., Ph.D.	POLA KOMUNIKASI PEMASARAN PT. AUTO 2000 MEDAN-BINJAI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DI MASA PANDEMI COVID-19
5	YANGGI YUDHA HASIBUAN	1703110095	Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom.	CORRY NOVRIKA AP SINAGA, S.Sos., M.A.	TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom	STRATEGI KOMUNIKASI BISNIS "SAMASE" DALAM MEMBANGUN BRAND DI KOTA MEDAN

Notulis Sidang :

1.



Ditetapkan oleh :
Rektor
Wakil Rektor I

Prof. Dr. MUHAMMAD ARIFIN, SH, M.Hum

Ketua,

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.

Medan, 23 Syaban 1443 H

26 Maret 2022 M

Panitia Ujian

Sekretaris

ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom