

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Deskripsi data adalah menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat simpulan yang berbentuk umum atau generalisasi. Dalam deskripsi data ini penulis akan menggambarkan kondisi responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini dilihat dari karakteristik responden, yaitu jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, pengeluaran perbulan, penggunaan internet jenis kuliner yang dibeli GoFood serta uji deskripsi jawaban responden:

Tabel 4.1
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	27	30.0%
Perempuan	63	70.0%
Total	90	100%

Sumber : Data Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.1 responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat bahwa pengguna aplikasi GoFood, paling banyak berjenis kelamin perempuan yang berjumlah 63 responden atau sebesar 70,0%, artinya sebagian besar pengguna aplikasi GoFood berjenis kelamin perempuan.

Tabel 4.2
Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
15-24 Tahun	38	42%
25-34 Tahun	48	53%
35-44 Tahun	4	5%
Total	90	100%

Sumber : Data Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.2 responden berdasarkan usai dapat dilihat bahwa pengguna aplikasi GoFood, paling banyak berusia 25-34 Tahun yang

berjumlah 48 responden atau sebesar 53%, artinya sebagian besar pengguna aplikasi GoFood berusia 25-34 Tahun.

Tabel 4.3

Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
SMP	14	15.6%
SMA/SMK	26	28.9%
D3	13	14.4%
S1	34	37.8%
S2	3	3.3%
Total	90	100%

Sumber : Data Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.3 responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat bahwa pengguna aplikasi GoFood, paling banyak memiliki pendidikan terakhir S1 yang berjumlah 34 responden atau sebesar 37,8%, artinya sebagian besar pengguna aplikasi GoFood memiliki pendidikan terakhir S1.

Tabel 4.4

Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Karyawan BUMN	7	7.8%
Karyawan Swasta	20	22.2%
Mahasiswa	17	18.9%
Pelajar	14	15.6%
PNS	8	8.9%
Wiraswasta	14	15.6%
Lainnya	10	11.1%
Total	90	100%

Sumber : Data Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.4 responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat bahwa pengguna aplikasi GoFood, paling banyak memiliki pekerjaan sebagai karyawan swasta yang berjumlah 20 responden atau sebesar 22,2%, artinya sebagian besar pengguna aplikasi GoFood memiliki pekerjaan sebagai karyawan swasta.

Tabel 4.5

Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan

Pengeluaran Perbulan	Jumlah	Persentase
< Rp.2.000.000	14	15.6%
Rp.2.000.000-Rp.4000.0000	18	20.0%
Rp.4.000.000-Rp.6000.0000	39	43.3%
Rp.6.000.000-Rp.8.000.000	8	8.9%
Rp.8.000.000- Rp.10.000.000	9	10.0%
> Rp.10.000.000	2	2.2%
Total	90	100%

Sumber : Data Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.5 responden berdasarkan pengeluaran perbulan dapat dilihat bahwa pengguna aplikasi GoFood, paling banyak memiliki pengeluaran perbulan sebesar Rp.4.000.000-Rp.6000.0000 yang berjumlah 39 responden atau sebesar 43,3%, artinya sebagian besar pengguna aplikasi GoFood memiliki pengeluaran perbulan sebesar Rp.4.000.000-Rp.6000.0000.

Tabel 4.6

Responden Berdasarkan Penggunaan Internet

Penggunaan Internet	Jumlah	Persentase
< 4 Jam	19	21.1
4 Jam - 6 Jam	16	17.8
6 Jam - 8 Jam	31	34.4
8 Jam – 10 Jam	20	22.2
> 10 Jam	4	4.4
Total	90	100%

Sumber : Data Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.6 responden berdasarkan penggunaan internet dapat dilihat bahwa pengguna aplikasi GoFood, paling banyak menggunakan internet selama 6 Jam - 8 Jam yang berjumlah 31 responden atau sebesar 34,4%, artinya sebagian besar pengguna aplikasi GoFood menggunakan internet selama 6 Jam - 8 Jam.

Tabel 4.7

Responden Berdasarkan Jenis Kuliner

Jenis Kuliner	Jumlah	Persentase
Aneka Nasi	11	12.2%
Bakmi	6	6.7%
Bakso & Soto	4	4.4%
Cepat Saji	17	18.9%
Jajanan	10	11.1%
Makanan Khas Chinese	2	2.2%
Makanan Khas India	2	2.2%
Makanan Khas Jepang	2	2.2%
Makanan Khas Korea	10	11.1%
Makanan Khas Thailand	3	3.3%
Makanan Khas Timur Tengah	3	3.3%
Minuman	17	18.9%
Roti	3	3.3%
Total	90	100%

Sumber : Data Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.7 responden berdasarkan jenis kuliner yang dipesan dapat dilihat bahwa pengguna aplikasi GoFood, paling banyak memesan makanan cepat saji dan minuman yang berjumlah 17 responden atau sebesar 18,9%, artinya sebagian besar pengguna aplikasi GoFood memesan makanan cepat saji dan minuman.

Tabel 4.8

Hasil Jawaban Responden *Online Customer Review*

No	Pernyataan	Jawaban										Total
		Saangat Tidak Setuju - Sangat Setuju										
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	Online review konsumen terkait produk kuliner di aplikasi Gofood sangat lengkap	0	0,0	5	5.6	21	23.3	32	35.6	32	35.6	361
2	Online review konsumen terkait produk kuliner di aplikasi Gofood sangat dapat di percaya	0	0,0	4	4.4	12	13.3	43	47.8	31	34.4	371

3	Online review konsumen terkait produk kuliner di aplikasi Gofood sangat up-to-date	0	0,0	5	5.6	21	23.3	34	37.8	30	33.3	359
4	Online review yang diberikan konsumen di aplikasi Gofood mampu menggambarkan kualitas dari produk kuliner yang dibahasnya.	1	1.1	2	2.2	6	6.7	37	41.1	44	48.9	391
5	Online review di konsumen terkait produk kuliner di aplikasi Gofood mampu menggambarkan selalu menjadi pertimbangan utama dalam memilih makanan.	1	1.1	8	8.9	31	34.4	28	31.1	22	24.4	332

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.8 jawaban responden diatas pernyataan yang memiliki skor total terbesar terdapat pada pernyataan 4, yaitu *online review* yang diberikan konsumen di aplikasi Gofood mampu menggambarkan kualitas dari produk kuliner yang dibahasnya, sebesar 391, sedangkan pernyataan yang memiliki skor total terkecil terdapat pada pernyataan 5, yaitu *online review* di konsumen terkait produk kuliner di aplikasi Gofood mampu menggambarkan selalu menjadi pertimbangan utama dalam memilih makanan, sebesar 332.

Tabel 4.9
Hasil Jawaban Responden *Online Customer Rating*

No	Pernyataan	Jawaban										Total
		Saangat Tidak Setuju - Sangat Setuju										
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	Online rating di aplikasi Gofood mempermudah konsumen untuk mengurangi jumlah pertimbangan produk kuliner yang ingin dibeli	0	0,0	13	14.4	34	37.8	31	34.4	12	13.3	312
2	Online rating di aplikasi Gofood membantu konsumen untuk mengidentifikasi produk kuliner yang baik dan buruk	4	4.4	27	30.0	34	37.8	13	14.4	12	13.3	272
3	Online rating di aplikasi Gofood menuntun konsumen dalam membuat keputusan pembelian pada produk kuliner	4	4.4	12	13.3	37	41.1	27	30.0	10	11.1	297
4	Online rating di aplikasi Gofood mempermudah konsumen dalam membuat keputusan pembelian pada produk kuliner	2	2.2	21	23.3	36	40.0	21	23.3	10	11.1	286
5	Online rating di aplikasi Gofood membantu konsumen untuk mempelajari performa produk kuliner	0	0,0	5	5.6	31	34.4	37	41.1	17	18.9	336
6	Online rating di aplikasi Gofood membantu konsumen untuk memahami keunggulan produk kuliner	2	2.2	6	6.7	28	31.1	32	35.6	22	24.4	336

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.9 jawaban responden diatas pernyataan yang memiliki skor total terbesar terdapat pada pernyataan 5 dan 6, yaitu *online rating* di aplikasi Gofood membantu konsumen untuk mempelajari performa produk kuliner dan *online rating* di aplikasi Gofood membantu konsumen untuk memahami keunggulan produk kuliner, sebesar 336, sedangkan pernyataan yang memiliki skor total terkecil terdapat pada pernyataan 2, yaitu *online rating* di aplikasi Gofood membantu konsumen untuk mengidentifikasi produk kuliner yang baik dan buruk, sebesar 272.

Tabel 4.10
Hasil Jawaban Responden Minat Order

No	Pernyataan	Jawaban										Total
		Saangat Tidak Setuju - Sangat Setuju										
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	Tertarik untuk mencari informasi mengenai produk kuliner pada aplikasi Gofood	0	0,0	1	1.1	7	7.8	34	37.8	48	53.3	399
2	Mempertimbangkan untuk membeli produk kuliner yang diulas di aplikasi Gofood	0	0,0	2	2.2	11	12.2	39	43.3	38	42.2	383
3	Tertarik untuk mencoba produk kuliner yang diulas pada aplikasi Gofood	2	2.2	6	6.7	23	25.6	24	26.7	35	38.9	354
4	Ingin mengetahui produk kuliner yang diulas pada aplikasi Gofood	0	0,0	2	2.2	19	21.1	39	43.3	30	33.3	367
5	Ingin memiliki produk kuliner yang diulas pada aplikasi Gofood	0	0,0	1	1.1	12	13.3	41	45.6	36	40.0	382

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.10 jawaban responden diatas pernyataan yang memiliki skor total terbesar terdapat pada pernyataan 1, yaitu tertarik untuk mencari informasi mengenai produk kuliner pada aplikasi Gofood, sebesar 399,

sedangkan pernyataan yang memiliki skor total terkecil terdapat pada pernyataan 3, yaitu tertarik untuk mencoba produk kuliner yang diulas pada aplikasi Gofood, sebesar 354.

4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

4.2.1 Hasil Uji Validitas

Sebelum dilakukan pengolahan data maka seluruh jawaban yang diberikan oleh responden terlebih dahulu dilakukan uji validitas yang diujicobakan kepada responden. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi *product moment*. Uji validitas untuk menghitung data yang akan dihitung dan proses pengujiannya dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS.

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas Variabel

Variabel	Pernyataan	Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
<i>Online Customer Review</i>	Butir 1	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 2	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 3	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 4	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 5	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
<i>Online Customer Rating</i>	Butir 1	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 2	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 3	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 4	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 5	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 6	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
<i>Minat Order</i>	Butir 1	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 2	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 3	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 4	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 5	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.11 hasil uji validitas variabel, menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan yang bersangkutan dengan variabel *online customer review*, *online customer rating* dan *minat order* memperoleh hasil yang didapatkan adalah nilai Sig < alpha. Dengan demikian

seluruh item pernyataan variabel *online customer review*, *online customer rating* dan minat *order* dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Setelah uji validitas maka penguji kemudian melakukan uji realibilitas terhadap masing-masing instrumen variabel menggunakan rumus Alpha Cronbach dengan bantuan program SPSS. Hasil uji realibilitas setelah dikonsultasikan dengan daftar interpretasi koefisien r dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.12
Hasil Uji Reliabilitas Variabel

Variabel	Koefisien Cronbach Alpha	Koefisien r	Simpulan
<i>Online Customer Review</i>	0,711	0,6000 – 0,7999	Tinggi
<i>Online Customer Rating</i>	0,905	0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
<i>Minat Order</i>	0,935	0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji reliabilitas tabel 4.12 diatas nilai *cronbach's alpha*, menjelaskan bahwa variable *online customer review* memiliki kategori reliabel tinggi, karena berada pada rentan 0,6000 – 0,7999, sedangkan *online customer rating* dan minat *order* kerja miliki kategori reliabel tinggi, karena berada pada rentan 0,8000 – 1,0000.

4.3 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data

4.3.1 Hasil Uji Normalitas

Untuk mengetahui data normal atau mendekati normal bisa dilakukan dengan Uji Non Parametrik *One-Sample Kolmogorov – Smirnov Test* pada SPSS Versi 21. Hasil perhitungan uji normalitas sebagai berikut,

Tabel 4.13
Hasil Uji Normalitas

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
<i>Online Customer Review</i>	0,315	0,05	Sig > Alpha	Normal
<i>Online Customer Rating</i>	0,060	0,05	Sig > Alpha	Normal
<i>Minat Order</i>	0,229	0,05	Sig > Alpha	Normal

Sumber : Data Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.13 *One-Sample Kolmogorov Test-Smirnov* diatas, menunjukkan bahwa nilai variabel *online customer review*, *online customer rating* dan *minat order* memiliki tingkat signifikan diperoleh data sig > Alpha maka variabel *online customer review*, *customer rating* dan *minat order* berasal dari populasi berdistribusi normal.

4.3.2 Hasil Uji Linieritas

Uji ini dilakukan untuk melihat apakah model regresi dapat didekati dengan persamaan linear dan uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi ataupun regresi linear. Hasil uji linearitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut,

Tabel 4.14
Hasil Uji Linieritas

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
<i>Online Customer Review Terhadap Minat Order</i>	0,748	0,05	Sig > Alpha	Linier
<i>Online Customer Rating Terhadap Minat Order</i>	0,396	0,05	Sig > Alpha	Linier

Sumber : Data Diolah, 2022

1. *Online Customer Review Terhadap Minat Order*

Berdasarkan tabel 4.14 hasil perhitungan ANOVA table didapat nilai Sig pada baris *deviation from linearity* $0,748 > 0,05$ maka H_0 diterima yang menyatakan model regresi berbentuk linier

2. *Online Customer Rating Terhadap Minat Order*

Berdasarkan tabel 4.14 hasil perhitungan ANOVA table didapat nilai Sig pada baris *deviation from linearity* $0,396 > 0,05$ maka H_0 diterima yang menyatakan model regresi berbentuk linier

4.3.3 Hasil Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi atau hubungan yang kuat antara sesama variabel independen. Hasil uji tersebut adalah sebagai berikut,

Tabel 4.15

Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	VIF		Kondisi	Simpulan
<i>Online Customer Review Terhadap Minat Order</i>	1,191	10	VIF<10	Tidak ada gejala multikolinieritas
<i>Online Customer Rating Terhadap Minat Order</i>	1,191	10	VIF<10	Tidak ada gejala multikolinieritas

Sumber : Data Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.15 hasil perhitungan pada tabel *coefficient* menunjukkan bahwa nilai VIF pada variabel *online customer review*, *online customer rating* terhadap minat *order* < 10 , maka tidak ada gejala multikolinieritas antar variabel independen terhadap variabel dependen.

4.4 Hasil Analisis Data

4.4.1 Regresi Linear Berganda

Tabel 4.16

Persamaan Regresi Linear Berganda

Variable	B
(Constant)	5,070
<i>Online Customer Review</i>	0,381
<i>Online Customer Rating</i>	0,387

Sumber : Data Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.16 diatas merupakan hasil perhitungan regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS 21. Diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 5,070 + 0,381X1 + 0,387X2$$

1. Nilai konstanta sebesar 5,070 yang berarti bahwa tanpa adanya variabel *online customer review* dan *online customer rating* maka besarnya minat *order* adalah 5,070 satuan.
2. *Online customer review* memiliki pengaruh langsung terhadap minat *order* sebesar 0,381
3. *Online customer rating* memiliki pengaruh langsung terhadap minat *order* sebesar 0,387
4. Variabel yang paling dominan mempengaruhi minat *order* pengguna aplikasi GoFood adalah *online customer rating*. Walaupun *online customer rating* dinilai variabel yang paling tinggi mempengaruhi *order* produk kuliner di aplikasi GoFood, namun *online customer review* memiliki peran yang sama penting dalam mempengaruhi minat *order* produk kuliner di aplikasi GoFood, karena konsumen yang melihat sebuah *rating* akan juga melihat *review* dari konsumen lain sebelum berminat melakukan *order* produk kuliner.

Tabel 4.17

Hasil Uji Model Summary

Variable	R (Korelasi)	R Square (Determinasi)
<i>Online Customer Review</i> Dan <i>Online Customer Rating</i> Terhadap Minat <i>Order</i>	0,643	0,413

Sumber : Data Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.17 diatas, diperoleh nilai koefisien determinasi r square sebesar 0,643 artinya variabel *online customer review* dan *online customer rating* dapat menjelaskan minat *order* sebesar 64,3% dan sisanya 35,7% dijelaskan oleh variabel lain. Nilai r menunjukkan arah hubungan antara *online customer review* dan *online customer rating* terhadap minat *order* memiliki tingkat hubungan tinggi karena nilai r sebesar 0,643 berada pada rentang 0,6000 – 0,79999.

4.4.2 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji t parsial digunakan untuk menguji apakah sebuah variabel bebas benar memberikan pengaruh terhadap variabel terikat. Hasil uji hipotesis secara parsial (Uji t) adalah sebagai berikut

Tabel 4.18

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Keterangan
<i>Online Customer Review Terhadap Minat Order</i>	0,000	0,05	Sig < Alpha	Berpengaruh
<i>Online Customer Rating Terhadap Minat Order</i>	0,000	0,05	Sig < Alpha	Berpengaruh

Sumber : Data Diolah, 2022

1. Berdasarkan tabel 4.18 didapat perhitungan pada *online customer review* diperoleh nilai sig (0,001) < Alpha (0,05) dengan demikian Ho ditolak dan Ha diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa *online customer review* d berpengaruh terhadap minat *order* produk kuliner di aplikasi GoFood.
2. Berdasarkan tabel 4.18 didapat perhitungan pada *online customer rating* diperoleh nilai sig (0,001) < Alpha (0,05) dengan demikian Ho ditolak dan Ha diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa *online customer rating* berpengaruh terhadap minat *order* produk kuliner di aplikasi GoFood.

4.4.3 Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji f)

Uji f simultan digunakan untuk menguji apakah sebuah variabel bebas benar memberikan pengaruh terhadap variabel terikat. Hasil uji hipotesis secara parsial (Uji f) adalah sebagai berikut

Tabel 4.19

Hasil Uji Simultan (Uji f)

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Keterangan
<i>Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Minat Order</i>	0,000	0,05	Sig < Alpha	Berpengaruh

Sumber : Data Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.19 didapat perhitungan pada *customer review* dan *online customer rating* diperoleh nilai sig (0,000) < Alpha (0,05) dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa *online customer review* dan *online customer rating* berpengaruh terhadap minat *order* produk kuliner di aplikasi GoFood

4.5 Pembahasan

4.5.1 Pembahasan *Online Customer Review Terhadap Minat Order*

Dari hasil pengujian hipotesis I, menunjukkan bahwa *online customer review* berpengaruh terhadap minat *order* produk kuliner di aplikasi GoFood. Sehingga semakin baik *online customer review* akan meningkatkan minat *order* konsumen, sebaliknya jika *online customer review* berisi komentar yang negative maka minat *order* konsumen akan menurun. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Setyani dan Azhari (2021) menyatakan bahwa *online customer review* berpengaruh terhadap minat beli. *online customer review* yang positif mengenai produk kuliner yang ada di aplikasi GoFood akan membuat konsumen semakin berminat untuk melakukan pemesanan produk kuliner di aplikasi GoFood

Online customer review adalah salah satu sumber informasi yang dipilih konsumen disaat ingin membeli suatu produk. Selain karena mudahnya akses untuk memperoleh informasi dari internet, kehadiran *online customer review* yang dibuat oleh seseorang akan menjelaskan kelebihan dan kekurangan penggunaan dari suatu produk sehingga *online customer review* membantu konsumen dalam mempertimbangkan banyaknya pilihan untuk membeli suatu produk. Depari dan Ginting (2022) menyatakan bahwa *online customer review* adalah bentuk dari *word of mouth* dalam transaksi online, yang berisi evaluasi dan penilaian dari pelanggan terhadap suatu produk layanan yang dapat berupa ulasan positif atau negative.

4.5.2 Pembahasan *Online Customer Rating* Terhadap Minat *Order*

Dari hasil pengujian hipotesis II, menunjukkan bahwa *online customer rating* berpengaruh terhadap minat *order* produk kuliner di aplikasi GoFood. artinya semakin baik *online customer rating* akan meningkatkan minat *order* konsumen, sebaliknya jika *online customer rating* memiliki nilai yang rendah maka akan menurunkan minat *order* konsumen. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Umar dan Akhfar (2021) menyatakan bahwa *online customer rating* berpengaruh terhadap minat beli. *Rating* yang tinggi pada produk kuliner di aplikasi GoFood dapat memberikan kepercayaan konsumen untuk melakukan pemesanan, karena *rating* yang tinggi pada produk kuliner di aplikasi GoFood menggambarkan kualitas yang baik dari produk kuliner tersebut.

Online customer rating merupakan suatu hal yang sama dengan *review* namun opini yang diberikan oleh konsumen dalam bentuk ukuran tertentu. *Rating* yang diterapkan oleh toko online yaitu dalam bentuk bintang, didalam skala *rating* atau bintang terdapat bintang satu sampai lima yang akan di tentukan oleh konsumen, jika bintang yang diberikan mencapai bintang lima atau penuh maka barang atau jasa pada toko online tersebut sangat baik dan sesuai ekspektasi. Jika bintang yang diberikan oleh konsumen tersebut kurang dari lima, tentu saja ada hal yang kurang dan perlu dipertimbangkan lagi dari produk tersebut. Wibisono, Wijaya, dan Andreani (2021) menyatakan bahwa *online customer rating* adalah sebagai penilaian dari pengguna pada preferensi suatu produk terhadap pengalaman konsumen mengacu pada keadaan psikologis dan emosional yang konsumen jalani terhadap suatu produk.

4.5.3 Pembahasan *Online Customer Review* Dan *Online Customer Rating* Terhadap Minat *Order*

Dari hasil pengujian hipotesis III, menunjukkan bahwa *online customer review* dan *online customer rating* berpengaruh terhadap minat *order* produk kuliner di aplikasi GoFood. Hasil tersebut sejalan dengan Penelitian yang dilakukan oleh Setyani dan Azhari (2021) menyatakan bahwa *online customer review* berpengaruh terhadap minat beli dan penelitian yang dilakukan oleh Umar dan Akhfar (2021) menyatakan bahwa *online customer rating* berpengaruh terhadap minat beli, artinya semakin baik *online customer review* dan *online customer rating* akan meningkatkan minat beli konsumen. variabel *online customer review* dan *online customer rating* dapat menjelaskan minat *order* sebesar 64,3%, oleh karena itu untuk meningkatkan minat *order* pada produk kuliner di aplikasi GoFood harus memperhatikan *customer review* dan *online customer rating*

Riyanjaya dan Andarini (2022) menyatakan bahwa *online customer review* merupakan suatu bentuk penilaian yang diberikan oleh konsumen sebelumnya atas informasi dari penilaian suatu produk dalam berbagai macam aspek, sehingga konsumen dapat mengetahui kualitas dari suatu produk. Komariyah (2022) menyatakan bahwa *online customer rating* adalah pendapat konsumen pada skala tertentu, sebuah skema peringkat populer untuk rating di toko online adalah dengan memberikan penilaian bintang.

