

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang pesat di Indonesia sangat membantu banyak orang dalam memenuhi kebutuhannya sehari-hari seperti bertransaksi, berbelanja, pembelian tiket, hingga kebutuhan pangan yang semuanya dapat dilakukan secara *online*. Penyedia jasa pesan-antar makanan/minuman secara *online* dikenal dengan tersedianya layanan Go-Food dan Grab Food yang sudah cukup lama beroperasi secara aktif di Indonesia, khususnya Pulau Jawa. Kedua layanan tersebut memiliki kualitas layanan serta penerapan bauran pemasaran yang berbeda untuk diberikan kepada para konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan secara signifikan antara kedua layanan tersebut berdasarkan variabel kualitas pelayanan dan variabel bauran pemasaran. Besar sampel penelitian yaitu sebanyak 385 responden dengan kriteria responden yaitu pengguna layanan Go-Food dan Grab Food yang berdomisili di Pulau Jawa. Metode penelitian yang diterapkan berdasarkan tujuannya ialah eksploratif dengan tipe penyelidikan komparatif. Analisis data yang digunakan yaitu Analisis Deskriptif untuk penjabaran tanggapan responden dan *Mann Whitney U-Test* untuk menguji perbedaan median dari dua variabel bebas.

Hasil penelitian berdasarkan hasil uji tersebut menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan baik pada variabel kualitas pelayanan dan bauran pemasaran antara layanan Go-Food dan Grab Food. Para responden memberikan penilaian yang baik terhadap seluruh aspek, namun terdapat indikator yang perlu diperhatikan yaitu *tangible* dari variabel X1 dan *price* dari variabel X2. Sehubungan dengan hal tersebut, maka kesimpulan pada penelitian ini ialah terdapat perbedaan yang signifikan terhadap kedua variabel independen antara Go-Food dan Grab Food.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Bauran Pemasaran, Go-Food, Grab Food