



**KEPUTUSAN PEMBELIAN TERHADAP LAYANAN
ONLINE FOOD DELIVERY (OFD)
PADA KONSUMEN LINTAS GENERASI**

ALYA FAUZIA



**DEPARTEMEN ILMU KELUARGA DAN KONSUMEN
FAKULTAS EKOLOGI MANUSIA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Keputusan Pembelian terhadap Layanan *Online Food Delivery* (OFD) pada Konsumen Lintas Generasi” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Agustus 2024

Alya Fauzia
NIM I2401201032



ABSTRAK

ALYA FAUZIA. Keputusan Pembelian terhadap Layanan *Online Food Delivery* (OFD) pada Konsumen Lintas Generasi Dibimbing oleh MEGAWATI SIMANJUNTAK.

Produk siap makan dan minum yang dikemas, diberi merek, atau dipanaskan dengan cepat dan nyaman menjadi semakin populer di kalangan konsumen. Kemajuan teknologi memudahkan konsumen untuk pemesanan dan pengiriman makanan secara *online*. Beberapa faktor yang memengaruhi perilaku pembelian dan keputusan konsumen pada layanan OFD antara lain adalah motivasi kenyamanan dan *mindfulness*. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis hubungan karakteristik responden dengan variabel orientasi penghematan harga, orientasi penghematan waktu, motivasi kenyamanan, *mindfulness*, dan keputusan pembelian, serta menganalisis perbedaan setiap variabel, dan menganalisis pengaruh orientasi penghematan harga dan orientasi penghematan waktu terhadap motivasi kenyamanan, serta pengaruh motivasi kenyamanan dan *mindfulness* terhadap keputusan pembelian konsumen pada layanan OFD. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *online survey* pada 265 responden dan wawancara mendalam melalui *Zoom Meeting* dan panggilan video WhatsApp kepada 12 responden terpilih dari sampel survei. Analisis data penelitian menggunakan analisis deskriptif untuk tujuan pertama, uji ANOVA untuk melihat perbedaan generasi, dan menggunakan analisis *structural equation model* (SEM) untuk melihat pengaruh. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa orientasi penghematan harga dan orientasi penghematan waktu memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap motivasi kenyamanan, serta motivasi kenyamanan dan *mindfulness* memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap perilaku pembelian konsumen pada layanan OFD.

Kata kunci: kesadaran penuh, motivasi kenyamanan, orientasi penghematan harga, orientasi penghematan waktu, keputusan pembelian konsumen

ABSTRACT

ALYA FAUZIA. Cross-Generation Consumer Purchasing Decisions on Online Food Delivery (OFD) Services. Supervised by MEGAWATI SIMANJUNTAK.

Ready-to-eat and drink products packaged, branded, or heated quickly and conveniently are becoming increasingly popular with consumers. Advances in technology make it easier for consumers to order and deliver food online. Factors influencing consumer purchasing behavior and decisions on Online Food Delivery (OFD) services include convenience motivation and mindfulness. The purpose of this study is to analyze the relationship of respondent characteristics with all variables, analyze the differences in each variable, and analyze the effect of price-saving orientation and time-saving orientation on convenience motivation, as well as the influence of convenience motivation and mindfulness on consumer purchasing behavior in OFD services. This research was conducted using online

survey techniques on 265 respondents and in-depth interviews via Zoom meetings and WhatsApp video calls with 12 selected respondents from the survey sample. Research data analysis applied descriptive analysis for the first purpose, ANOVA test to see generational differences, and structural equation model (SEM) analysis to see influence. The results of this research show that price-saving and time-saving orientations have a significant positive influence on convenience motivation, and convenience motivation and mindfulness have a significant positive influence on consumer purchasing behavior on OFD services.

Keywords: consumer purchasing decision, convenience motivation, mindfulness, price-saving orientation, time-saving orientation

@Hak cipta milik IPB University

IPB University





@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2024
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

KEPUTUSAN PEMBELIAN TERHADAP LAYANAN ONLINE FOOD DELIVERY (OFD) PADA KONSUMEN LINTAS GENERASI

ALYA FAUZIA

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Ilmu Keluarga dan Konsumen

**DEPARTEMEN ILMU KELUARGA DAN KONSUMEN
FAKULTAS EKOLOGI MANUSIA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:
1. Dr. Istiqlaliyah Muflikhati, M.Si.
2. Neti Herawati, S.P., M.Si



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Judul Skripsi : Keputusan Pembelian terhadap Layanan *Online Food Delivery*
(OFD) pada Konsumen Lintas Generasi

Nama : Alya Fauzia
NIM : I2401201032

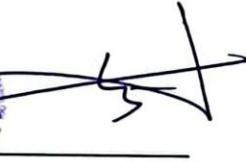
Disetujui oleh

Pembimbing:
Dr. Megawati Simanjuntak, S.P., M. Si



Diketahui oleh

Ketua Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen:
Dr. Tin Herawati, S.P., M. Si
NIP 197204282006042007



Tanggal Ujian:
12 Juli 2024

Tanggal Lulus:
04 OCT 2024

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah yang berjudul “Keputusan Pembelian terhadap Layanan *Online Food Delivery* (OFD) pada Konsumen Lintas Generasi”. Proses penulisan ini dilaksanakan sejak bulan Januari 2023 hingga April 2024 dan tidak dapat terlaksana dengan baik tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak.

Terima kasih penulis ucapkan kepada Dr. Megawati Simanjuntak, S.P., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah mengarahkan, membimbing, serta memberikan banyak input pada penulisan ini. Terima kasih penulis ucapkan kepada Dr. Ir. Diah Krisnatuti P., MS selaku dosen pembimbing akademik, Risa Rizkillah, S.Si., M.Si selaku dosen moderator seminar hasil, Dr. Irni Rahmayani Johan S.P., M.M selaku dosen moderator kolokium, serta Komdik Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen Fakultas Ekologi Manusia yang telah memfasilitasi dan memandu jalannya penulisan ini.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Ibu Enok karena telah memberikan dukungan penuh sebagai seorang Mama. Terima kasih juga kepada adik penulis bernama Azka, kepada Ayah, dan keluarga besar yang selalu memberikan dukungan, kasih sayang dan doa terbaik kepada penulis. Penulis ucapkan juga terima kasih kepada teman baik penulis, Namira, Bitu, Aufa, Asmi, Syifa, Sri, Jeongwoo, Haruto dan TREASURE atas bantuan dan dukungan secara emosional. Tidak lupa penulis ucapkan juga terima kasih kepada Rista, Reggina, Khopipah, Elsa, Syifa, Caca, dan Virna sebagai teman satu bimbingan yang telah membantu, kebersamai, dan mendukung dalam penyelesaian penulisan ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Antimo selaku teman terdekat dan teman-teman Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen Angkatan 57 yang telah kebersamai masa perkuliahan di IPB University.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, berbagai kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan di masa mendatang. Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Agustus 2024

Alya Fauzia



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR ISI

PRAKATA	i
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	iii
DAFTAR LAMPIRAN	iv
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	4
1.4 Manfaat	5
II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Kajian Teoritis	6
2.2 <i>Online Food Delivery</i> (OFD)	6
2.3 Generasi	7
2.3.1 Generasi <i>Baby Boomers</i>	7
2.3.2 Generasi X	7
2.3.3 Generasi Y	8
2.3.4 Generasi Z	8
2.4 Orientasi Penghematan Harga	9
2.5 Orientasi Penghematan Waktu	9
2.6 Motivasi Kenyamanan	9
2.7 <i>Mindfulness</i>	10
2.8 Perilaku Pembelian	10
2.9 Pengaruh Orientasi Penghematan Harga terhadap Motivasi Kenyamanan	11
2.10 Pengaruh Orientasi Penghematan Waktu terhadap Motivasi Kenyamanan	11
2.11 Pengaruh Motivasi Kenyamanan terhadap Perilaku Pembelian	11
2.12 Pengaruh <i>Mindfulness</i> terhadap Perilaku Pembelian	12
2.13 Kerangka Pemikiran Konseptual	12
III METODE	14
3.1 Desain, Lokasi, dan Waktu Penelitian	14
3.2 Populasi, Contoh, dan Teknik Penarikan Contoh	14
3.3 Variabel dan Pengukuran	15
3.4 Uji Validitas	17
3.5 Jenis dan Cara Pengumpulan Data	17
3.6 Analisis Data	18
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	21
4.1 Karakteristik Responden	21
4.2 Jenis Kelamin, Usia, dan Domisili	22
4.2.1 Tingkat Pendidikan	22
4.2.2 Pekerjaan	22
4.2.3 Rata-Rata Pendapatan Per Bulan	23
4.3 Perilaku Pembelian	23
4.3.1 Platform OFD yang digunakan	23



4.3.2	Intensitas Penggunaan Layanan OFD	23
4.4	Deskripsi Indikator Variabel	24
4.4.1	Orientasi Penghematan Harga	24
4.4.2	Orientasi Penghematan Waktu	25
4.4.3	Motivasi Kenyamanan	26
4.4.4	<i>Mindfulness</i>	27
4.4.5	Perilaku Pembelian	29
4.5	Hubungan antara Karakteristik Responden dengan Orientasi Penghematan Harga, Orientasi Penghematan Harga, Motivasi Kenyamanan, <i>Mindfulness</i> , dan Perilaku Pembelian	31
4.6	Hasil Analisis SEM	37
4.6.1	Evaluasi Tingkat Kecocokan Model	38
4.6.2	Kontribusi Indikator terhadap Setiap Variabel	40
4.6.3	Pengujian Hipotesis	43
4.7	Pembahasan	44
4.7.1	Karakteristik Responden, Orientasi Penghematan Harga, Orientasi Penghematan Waktu, Motivasi Kenyamanan, <i>Mindfulness</i> , dan Perilaku Pembelian	44
4.7.2	Hubungan Karakteristik Responden dengan Orientasi Penghematan Harga, Orientasi Penghematan Waktu, Motivasi Kenyamanan, <i>Mindfulness</i> , dan Perilaku Pembelian	46
4.7.3	Perbedaan Orientasi Penghematan Harga, Orientasi Penghematan Waktu, Motivasi Kenyamanan, <i>Mindfulness</i> , dan Perilaku Pembelian pada layanan OFD Lintas Generasi	47
4.7.4	Pengaruh Orientasi Penghematan Harga terhadap Motivasi Kenyamanan (H1)	48
4.7.5	Pengaruh Orientasi Penghematan Waktu terhadap Motivasi Kenyamanan (H2)	49
4.7.6	Pengaruh Motivasi Kenyamanan terhadap Perilaku Pembelian (H3)	50
4.7.7	Pengaruh <i>Mindfulness</i> terhadap Perilaku Pembelian (H4)	50
4.8	Kontribusi Teori Penelitian	51
4.9	Implikasi Kebijakan Peningkatan Layanan OFD di Indonesia	51
4.10	Keterbatasan dalam Penelitian	52
V	SIMPULAN DAN SARAN	53
5.1	Simpulan	53
5.2	Saran	53
	DAFTAR PUSTAKA	55
	LAMPIRAN	60
	RIWAYAT HIDUP	88

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Variabel, definisi operasional, kode, indikator, dan skala data	15
Tabel 2 Uji reliabilitas	17
Tabel 3 Tujuan dan analisis data penelitian	18
Tabel 4 Pertanyaan <i>in-depth interview</i>	19
Tabel 5 Karakteristik responden	21
Tabel 6 Perilaku pembelian	23
Tabel 7 Sebaran responden berdasarkan jawaban setuju pada orientasi penghematan harga	24
Tabel 8 Uji anova berdasarkan indikator variabel orientasi penghematan harga	25
Tabel 9 Sebaran responden berdasarkan jawaban setuju pada orientasi penghematan waktu	25
Tabel 10 Uji ANOVA berdasarkan indikator variabel orientasi penghematan waktu	26
Tabel 11 Sebaran responden berdasarkan jawaban setuju pada motivasi kenyamanan	27
Tabel 12 Uji ANOVA berdasarkan indikator variabel motivasi kenyamanan	27
Tabel 13 Sebaran responden berdasarkan jawaban setuju pada <i>mindfulness</i>	28
Tabel 14 Uji ANOVA berdasarkan indikator variabel <i>mindfulness</i>	29
Tabel 15 Sebaran responden berdasarkan jawaban setuju pada Perilaku Pembelian	30
Tabel 16 Uji ANOVA berdasarkan indikator variabel perilaku pembelian	31
Tabel 17 Hubungan karakteristik responden dengan orientasi penghematan harga	32
Tabel 18 Hubungan karakteristik responden dengan orientasi penghematan waktu	33
Tabel 19 Hubungan karakteristik responden dengan motivasi kenyamanan	35
Tabel 20 Hubungan karakteristik responden dengan <i>mindfulness</i>	36
Tabel 21 Hubungan karakteristik responden dengan Perilaku pembelian	37
Tabel 22 Hasil akar AVE dan korelasi variabel laten	38
Tabel 23 Uji Reliabilitas nilai <i>Composite Reliability</i>	39
Tabel 24 Hasil analisis model struktural <i>R-Square</i>	39
Tabel 25 Hasil kontribusi indikator terhadap setiap variabel	40
Tabel 26 Hasil pengujian hipotesis pengaruh langsung	43
Tabel 27 Hasil pengujian pengaruh tidak langsung	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka pemikiran konseptual	13
Gambar 2 Alur penelitian	14
Gambar 3 Model <i>hybrid SEM</i>	19



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	61
Lampiran 2 Pertanyaan <i>In-Depth Interview</i>	65
Lampiran 3 Hasil uji kecocokan model awal dan setelah eliminasi	68
Lampiran 4 Hasil Analisis SEM-PLS	69
Lampiran 5 Hasil <i>in-depth interview</i> informan	71