

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN *PLATFORM* *ONLINE FOOD DELIVERY*

MUHAMMAD ZAKI



**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

@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.

Perpustakaan 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.



PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Faktor-faktor yang Memengaruhi Konsumen terhadap Keputusan Menggunakan *Platform Online Food Delivery*” 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, Januari 2025

Muhammad Zaki
K1401201112



ABSTRAK

MUHAMMAD ZAKI. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Konsumen Terhadap Keputusan Menggunakan *Platform Online Food Delivery*. Dibimbing oleh FEBRIANTINA DEWI dan SUHENDI.

Pertumbuhan industri rumah makan dan restoran terus mengalami peningkatan khususnya saat pandemi covid 19. Hal tersebut membuat perubahan pola perilaku belanja konsumen, termasuk pembelian makanan secara *online*. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi karakteristik konsumen dan faktor yang memengaruhi konsumen dalam memilih layanan *online food delivery*. Penelitian ini dilakukan dengan melibatkan 129 responden dengan menggunakan metode *purposive sampling*, kepada pengguna aplikasi *online food delivery* di Jabodetabek. Berdasarkan hasil analisis SEM PLS, didapatkan nilai *p value* dari variabel kelengkapan produk sebesar 0,000; variabel diskon sebesar 0,023; dan variabel minat beli sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan perolehan 3 variabel yang berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen, dengan minat beli paling berpengaruh terhadap keputusan konsumen. Penelitian ini merekomendasikan bagi pihak pengembang aplikasi *online food delivery* untuk fokus pada strategi pemasaran yang memperkuat minat beli konsumen, dengan cara memberikan promo diskon dan melengkapi pilihan restoran pada aplikasi.

Kata kunci: keputusan konsumen, *online food delivery*, SEM-PLS

ABSTRACT

MUHAMMAD ZAKI. Factors Influencing Consumer Decisions in Using Online Food Delivery Platforms. Supervised by FEBRIANTINA DEWI and SUHENDI.

The growth of the restaurant industry continues to increase, especially during the Covid 19 pandemic. This has led to changes in consumer shopping behaviour patterns, including food online food purchases. This study aims to identify consumer characteristics and factors that influence consumers in choosing *online food delivery* services. This research was conducted by involving 129 respondents using *purposive sampling* method, to users of *online food delivery* applications in Jabodetabek. Based on the results of the SEM PLS analysis, the *p value* of the product completeness variable is 0.000; the discount variable is 0.023; and the purchase intention variable is 0.000. So that 3 variables are obtained that have a significant effect on consumer decisions, with purchase intention having the most influence on consumer decisions. This study recommends that *online food delivery* application developers focus on marketing strategies that strengthen consumer buying interest, by providing discount promos and completing restaurant choices in the application.

Keywords: consumer decision, online food delivery, SEM-PLS



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 2025
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.

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN *PLATFORM* *ONLINE FOOD DELIVERY*

MUHAMMAD ZAKI

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana
pada
Program Studi Bisnis

**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

@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.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

- 1 Ir. Retnaningsih, M.Si.
- 2 Dr. Asep Taryana, S.T.P, M.M



@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.

Judul Skripsi : Faktor-faktor yang Memengaruhi Konsumen terhadap Keputusan
Pembelian Menggunakan *Platform Online Food Delivery*

Nama : Muhammad Zaki

NIM : K1401201112

Disetujui oleh

Pembimbing 1:

Febriantina Dewi S.E., M.M., M.Sc



Pembimbing 2:

Dr. Suhendi S.P, M.M



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:

Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc.

NIP. 197711262008122001



Tanggal Ujian:
16 Desember 2024

Tanggal Lulus : 3 Januari 2025



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Februari 2024 sampai bulan November 2024 ini ialah keputusan pembelian konsumen, dengan judul “Faktor-faktor yang Memengaruhi Konsumen terhadap Keputusan Menggunakan *Platform Online Food Delivery*”.

Terima kasih penulis ucapkan kepada para pembimbing, Febriantina Dewi, S.E., M.M., M.Sc. dan Dr. Suhendi, S.P, M.M. yang telah membimbing dan banyak memberi saran. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pembimbing akademik, moderator seminar, dan penguji luar komisi pembimbing. Di samping itu, Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada ayah, ibu, serta seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan, doa, dan kasih sayangnya. Selain itu, ungkapan terima kasih, disampaikan kepada seluruh teman yang sudah mendukung dan membantu peneliti dalam pengerjaan skripsi ini.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan..

Bogor, Januari 2025

Muhammad Zaki

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	ii
DAFTAR GAMBAR	ii
DAFTAR LAMPIRAN	ii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	4
1.4 Manfaat	4
1.5 Ruang Lingkup	5
II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Perilaku Konsumen	6
2.2 Keputusan Pembelian	7
2.3 Minat Pembelian	10
2.4 Kemudahan Penggunaan Aplikasi	11
2.5 <i>Customer Online Review</i>	12
2.6 <i>Customer Online Rating</i>	12
2.7 Kelengkapan Produk	13
2.8 <i>Online Food Delivery</i>	13
2.9 Kerangka Pemikiran	13
2.10 Hipotesis Penelitian	15
III METODE	17
3.1 Waktu dan Tempat	17
3.2 Jenis dan Sumber Data	17
3.3 Metode Pengambilan Data	17
3.4 Metode Penentuan Responden	17
3.5 Metode Pengolahan dan Analisis Data	19
3.6 Definisi Operasional	20
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	22
4.1 Gambaran Umum Layanan <i>Online Food Delivery</i>	22
4.2 Karakteristik Konsumen (Responden)	22
4.3 Faktor yang Memengaruhi Keputusan Konsumen	25
4.4 Rekomendasi	36
V SIMPULAN DAN SARAN	38
5.1 Simpulan	38
5.2 Saran	38
DAFTAR PUSTAKA	40
LAMPIRAN	43



DAFTAR TABEL

1	Variabel penelitian	15
2	Skala ordinal	20
3	Definisi operasional variabel	21
4	Karakteristik demografis responden	23
5	Karakteristik perilaku konsumen	23
6	Karakteristik perilaku konsumen (lanjutan)	24
7	Nilai <i>average variance extracted</i>	27
8	Nilai <i>cross loading</i>	27
9	Nilai <i>cross loading (lanjutan)</i>	28
10	Chronba's alpha dan <i>composite reliability</i>	29
11	Nilai <i>R-square</i>	29
12	Hasil uji hipotesis	30

DAFTAR GAMBAR

1	Daftar pengguna internet di Indonesia	1
2	Persentase pengguna aplikasi <i>online food delivery</i> di Indonesia	2
3	Model keputusan konsumen	8
4	Kerangka Penelitian	14
5	Kerangka hipotesis SEM PLS	16
6	Total <i>sample size software</i> Gpower	18

DAFTAR LAMPIRAN

1	Nilai <i>loading factor</i>	44
2	Perhitungan kembali <i>loading factor</i>	45
3	Hasil analisis <i>final loading factor</i>	46
4	Grafik <i>output bootstrapping</i>	47
5	Penelitian terdahulu	48