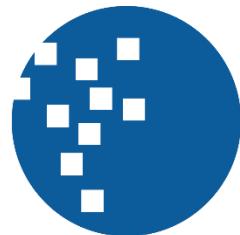


**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
*CUSTOMER INTENTION TO USE ONLINE FOOD DELIVERY:***  
**TELAAH PADA GEN Z CALON PENGGUNA APLIKASI**

**MAXIM FOOD**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar**

**Sarjana Manajemen (S.M.)**

**TASYA CALISTA**

**00000030844**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2022**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
*CUSTOMER INTENTION TO USE ONLINE FOOD DELIVERY:***  
**TELAAH PADA GEN Z CALON PENGGUNA APLIKASI**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)

**TASYA CALISTA**

**00000030844**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2022**

**i**

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Customer Intention to Use Online Food Delivery:*  
Telaah Pada Gen Z Calon Pengguna Aplikasi Maxim Food, Tasya Calista, Universitas Multimedia  
Nusantara

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Tasya Calista

Nomor Induk Mahasiswa : 00000030844

Program studi : Manajemen

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul "**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Customer Intention to Use Online Food Delivery: Telaah Pada Gen Z Calon Pengguna Aplikasi Maxim Food**" merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 13 Juni 2022



(Tasya Calista)

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

ii

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

### **Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Customer Intention to Use Online Food Delivery: Telaah Pada Gen Z Calon Pengguna Aplikasi Maxim Food***

Oleh

Nama : Tasya Calista

NIM : 00000030844

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Jumat, 24 Juni 2022

Pukul 16.00 s.d 17.30 dan dinyatakan

LULUS

Ketua Sidang

Penguji



Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par., M.M.,CSCP.  
NIDN : 0312087404

Pembimbing 1

Boby Arinto, S.E., M.M.  
NIDN : 0323057005

Pembimbing 2



Ning  
Purnamaningsih, S.E., M.S.M., CBO.  
NIDN : 0323047801



Nosica Rizkalla, S.E., M.Sc., C.B.O.  
NIDN: 0320089001

Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par., M.M., CSCP.

NIDN : 0312087404

iii

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tasya Calista  
NIM : 00000030844  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Nonekslusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Customer Intention to Use Online Food Delivery: Telaah Pada Gen Z Calon Pengguna Aplikasi Maxim Food”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan mengalihmediakan atau mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 13 Juni 2022

Yang menyatakan,



(Tasya Calista)

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA  
iv

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur dipanjatkan oleh penulis kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, bimbingan, dan anugerah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proses penulisan skripsi dengan baik dan tepat waktu. Laporan tesis yang berjudul **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Customer Intention to Use Online Food Delivery: Telaah Pada Gen Z Calon Pengguna Aplikasi Maxim Food”** dapat diselesaikan dengan sebaik-baiknya. Penulisan laporan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) di Universitas Multimedia Nusantara, serta berguna bagi peneliti dalam menambah wawasan dan pengetahuan.

Peneliti sangat merasa beryukur atas terselesaikannya proses penulisan skripsi ini dan peneliti menyadari bahwa penulisan tesis ini tidak dapat terselesaikan tanpa bantuan dan dukungan dari beberapa pihak yang telah memberikan motivasi beserta doa. Oleh karena itu, peneliti ini menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ibu Dr. Florentina Kurniasari T., S.sos., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Bapak Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par., M.M., CSCP., selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara dan Ketua Sidang.
4. Bapak Boby Arinto, S.E., M.M., sebagai Dosen Pengaji yang telah memberikan arahan dan saran atas penyusunan tugas akhir ini.
5. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.

6. Ibu Nosica Rizkalla, S.E., M.Sc., C.B.O., sebagai Pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
7. Orang tua dan adik yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, serta doa sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Hendry yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan doa kepada peneliti dalam proses penulisan skripsi.
9. Vina Clarissa sebagai teman kuliah dari semester 1 yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan doa kepada peneliti dalam proses penulisan skripsi.
10. Grace, Maria Meillintika, Lusi Trisiana, dan teman-teman seperjuangan skripsi lainnya yang selalu saling memberikan semangat dan motivasi selama proses penulisan tesis.
11. Emely, Nesha, dan teman bimbingan skripsi lainnya yang telah memberikan semangat dan motivasi kepada peneliti dalam proses penulisan skripsi.
12. Seluruh responden yang telah bersedia untuk meluangkan waktunya dalam mengisi kuesioner pada penelitian ini.
13. Seluruh pihak dan teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada peneliti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.

Di akhir kata, peneliti menyadari bahwa laporan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti terbuka untuk menerima kritik dan saran yang dapat membangun dan memotivasi penulis untuk memperbaiki laporan skripsi ini menjadi lebih baik.

Tangerang, 13 Juni 2022



(Tasya Calista)

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI CUSTOMER INTENTION TO USE ONLINE FOOD DELIVERY: TELAAH PADA GEN Z CALON PENGGUNA APLIKASI MAXIM FOOD**

(Tasya Calista)

## **ABSTRAK**

Pandemi *Covid-19* yang sedang terjadi saat ini, menyebabkan meningkatnya penggunaan layanan secara digital, khususnya generasi Z yang telah bergantung kepada layanan digital dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, salah satunya melakukan pemesanan makanan / minuman secara *online* melalui *online food-delivery*. Terdapat beberapa indikator yang dilihat oleh konsumen dalam menggunakan *online food-delivery*, yaitu pilihan menu, kecepatan pengantaran, kualitas, dan biaya. Berdasarkan peluang bisnis *online food-delivery* yang besar, Maxim turut serta meluncurkan Maxim Food untuk memenuhi kebutuhan panangan konsumen secara mudah dan efisien melalui layanan digital. Kehadiran Maxim Food di Indonesia yang masih tergolong baru di dalam industri layanan *online food-delivery* di Indonesia, menyebabkan Maxim Food masih memiliki pengguna yang sedikit dan harus bersaing secara ketat dengan kompetitornya di Indonesia, seperti GrabFood, GoFood, ShopeeFood, dan Traveloka Eats. Dengan demikian, Maxim Food memiliki tantangan dalam meningkatkan jumlah penggunanya agar dapat bersaing dengan kompetitornya di industri *online food-delivery* di Indonesia.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisa dan mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *Customer Intention to Use online food-delivery* pada generasi Z. Untuk mengetahui faktor-faktor tersebut, maka dilakukan penyebaran survei secara *online*, kemudian data dari survei tersebut dianalisis dengan metode regresi berganda untuk menguji korelasi antar variabel. Hasil survei yang diperoleh adalah 230 responden yang telah lolos screening dan menjawab seluruh pertanyaan kuesioner dengan baik. Hasil survey tersebut dilakukan analisa data dan uji hipotesis melalui software SPSS versi 26. Berdasarkan hasil tersebut, disimpulkan bahwa *Perceived Ease of Use*, *Trust*, *Price Saving Benefits*, *Time Saving Benefits*, dan *Perceived Severity* memiliki pengaruh positif secara signifikan terhadap *Customer Intention to Use online food-delivery*, sedangkan *Perceived Usefulness*, *Food Safety Risk Perception*, dan *Perceived Vulnerability* tidak memiliki pengaruh terhadap *Customer Intention to Use online food-delivery*.

**Kata kunci:** *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Trust*, *Price Saving Benefits*, *Time Saving Benefits*, *Food Safety Risk Perception*, *Perceived Severity*, *Perceived Vulnerability*, *Customer Intention to Use*

# **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI CUSTOMER INTENTION TO USE ONLINE FOOD DELIVERY: TELAAH PADA GEN Z CALON PENGGUNA APLIKASI**

**MAXIM FOOD**

(Tasya Calista)

**ABSTRACT (English)**

*The current Covid-19 pandemic has led to an increase in the use of digital services, especially for Generation Z who have depended on digital services to meet their daily needs, one of which is ordering food/beverages online through online food-delivery. Consumers see several indicators in using online food-delivery, namely menu choice, delivery speed, quality, and cost. Based on the great online food-delivery business opportunity, Maxim participated in launching Maxim Food to meet consumer food needs easily and efficiently through digital services. The presence of Maxim Food in Indonesia, which is still relatively new in the online food-delivery service industry in Indonesia, causes Maxim Food to still have few users and have to compete fiercely with its competitors in Indonesia, such as GrabFood, GoFood, ShopeeFood, and Traveloka Eats. Thus, Maxim Food has a challenge in increasing the number of users in order to compete with its competitors in the online food-delivery industry in Indonesia.*

*This study was conducted to analyze and determine the factors that can affect the Customer's Intention to Use online food-delivery in generation Z. To find out these factors, an online survey was carried out, then the data from the survey were analyzed using multiple regression methods to test the correlation between variables. The survey results obtained are 230 respondents who have passed the screening and answered all questions in the questionnaire well. The results of the survey conducted data analysis and hypothesis testing through SPSS version 26 software. Based on these results, it was concluded that Perceived Ease of Use, Trust, Price Saving Benefits, Time Saving Benefits, and Perceived Severity had a significant positive effect on Customer Intention to Use online food-delivery, while Perceived Usefulness, Food Safety Risk Perception, and Perceived Vulnerability have no effect on Customer Intention to Use online food-delivery.*

**Keywords:** Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust, Price Saving Benefits, Time Saving Benefits, Food Safety Risk Perception, Perceived Severity, Perceived Vulnerability, Customer Intention to Use

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vii
<i>ABSTRACT (English)</i> .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1    Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2    Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian .....	15
1.3    Tujuan Penelitian .....	21
1.4    Manfaat Penelitian .....	22
1.5    Batasan Penelitian .....	23
1.6    Sistematika Penulisan .....	24
BAB II LANDASAN TEORI .....	26
2.1    Tinjauan Teori.....	26
2.1.1 <i>Technology Acceptance Model</i> .....	26
2.1.2 <i>Online Food Delivery</i> .....	27
2.1.3 <i>Perceived Usefulness</i> .....	28
2.1.4 <i>Perceive Ease of Use</i> .....	29
2.1.5 <i>Trust</i> .....	30
2.1.6 <i>Price Saving Benefits</i> .....	31
2.1.7 <i>Time Saving Benefits</i> .....	32
2.1.8 <i>Food Safety Risk Perception</i> .....	32
2.1.9 <i>Perceived Severity</i> .....	33
2.1.10 <i>Perceived Vulnerability</i> .....	34
2.1.11 <i>Customer Intention to Use</i> .....	34

2.2	Model Penelitian .....	35
2.3	Hipotesis.....	36
2.3.1	Pengaruh Positif <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Customer Intention to Use</i> .....	36
2.3.2	Pengaruh Positif <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Customer Intention to Use</i> .....	38
2.3.3	Pengaruh Positif <i>Trust</i> terhadap <i>Customer Intention to Use</i>	39
2.3.4	Pengaruh Positif <i>Price Saving Benefits</i> terhadap <i>Customer Intention to Use</i> .....	40
2.3.5	Pengaruh Positif <i>Time Saving Benefits</i> terhadap <i>Customer Intention to Use</i> .....	41
2.3.6	Pengaruh Negatif <i>Food Safety Risk Perception</i> terhadap <i>Customer Intention to Use</i> .....	42
2.3.7	Pengaruh Positif <i>Perceived Severity</i> terhadap <i>Customer Intention to Use</i> .....	44
2.3.8	Pengaruh Positif <i>Perceived Vulnerability</i> terhadap <i>Customer Intention to Use</i> .....	44
2.4	Penelitian Terdahulu .....	45
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>47</b>
3.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	47
3.2	Desain Penelitian.....	49
3.2.1	Jenis Penelitian.....	49
3.2.2	<i>Research Data</i> .....	52
3.3	Ruang Lingkup Penelitian.....	53
3.3.1	Target Populasi dan <i>Sample Unit</i> .....	53
3.3.2	<i>Sampling Frame</i> .....	54
3.3.3	<i>Sampling Techniques</i> .....	54
3.3.4	<i>Sample Size</i> .....	57
3.4	Prosedur Penelitian.....	58
3.4.1	Periode Penelitian.....	58
3.4.2	Pengumpulan Data .....	58
3.5	Identifikasi Variabel Penelitian.....	59
3.5.1	Variabel Independen .....	59

3.5.2	Variabel Dependen.....	59
3.5.3	Variabel Teramati.....	60
3.6	Operasionalisasi Variabel.....	60
3.7	Teknik Analisis Data.....	70
3.7.1	Uji Instrumen .....	70
3.7.2	Uji Validitas .....	70
3.7.3	Uji Reliabilitas .....	71
3.7.4	Uji Asumsi Klasik .....	72
3.7.4.1	Uji Multikolonieritas .....	72
3.7.4.2	Uji Heteroskedastisitas .....	73
3.7.4.3	Uji Normalitas .....	74
3.7.5	Uji Model .....	75
3.7.5.1	Koefisien Determinasi.....	75
3.7.6	Uji Hipotesis .....	76
3.7.6.1	Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F) .....	76
3.7.6.2	Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik T) .....	76
3.7.6.3	Uji Regresi Linier Berganda.....	77
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		79
4.1	Deskripsi Hasil Penelitian .....	79
4.2	Profil Responden .....	80
4.2.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	80
4.2.2	Profil Responden Berdasarkan Domisili .....	81
4.2.3	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	82
4.2.4	Profil Responden Berdasarkan Anggaran yang disiapkan dalam menggunakan layanan <i>Online Food Delivery</i> dalam Seminggu .....	83
4.3	Analisis Deskriptif .....	84
4.3.1	<i>Perceived Usefulness</i> .....	85
4.3.2	<i>Perceived Ease of Use</i> .....	86
4.3.3	<i>Trust</i> .....	87
4.3.4	<i>Price Saving Benefits</i> .....	88

4.3.5	<i>Time Saving Benefits</i> .....	89
4.3.6	<i>Food Safety Risk Perception</i> .....	90
4.3.7	<i>Perceived Severity</i> .....	92
4.3.8	<i>Perceived Vulnerability</i> .....	93
4.3.9	<i>Customer Intention to Use</i> .....	94
4.4	Uji Instrumen .....	95
4.4.1	Uji <i>Pre-Test</i> .....	95
4.4.2	Uji <i>Main-Test</i> .....	97
4.5	Uji Asumsi Klasik .....	100
4.5.1	Uji Multikolonieritas.....	100
4.5.2	Uji Heteroskedastisitas.....	101
4.5.3	Uji Normalitas.....	102
4.6	Uji Model .....	104
4.6.1	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	104
4.7	Uji Hipotesis.....	105
4.7.1	Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F).....	105
4.7.2	Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik T) ....	105
4.7.3	Uji Regresi Linear Berganda.....	110
4.8	Pembahasan .....	112
4.8.1	Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Customer Intention to Use</i> .....	112
4.8.2	Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Customer Intention to Use</i> .....	113
4.8.3	Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Customer Intention to Use</i> .....	114
4.8.4	Pengaruh <i>Price Saving Benefits</i> terhadap <i>Customer Intention to Use</i> .....	116
4.8.5	Pengaruh <i>Time Saving Benefits</i> terhadap <i>Customer Intention to Use</i> .....	117
4.8.6	Pengaruh <i>Food Safety Risk Perception</i> terhadap <i>Customer Intention to Use</i> .....	118
4.8.7	Pengaruh <i>Perceived Severity</i> terhadap <i>Customer Intention to Use</i>	119

4.8.8 Pengaruh <i>Perceived Vulnerability</i> terhadap <i>Customer Intention to Use</i> .....	120
4.9 Implikasi Manajerial .....	122
4.9.1 Upaya dalam Meningkatkan Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Customer Intention to Use</i> .....	122
4.9.2 Upaya dalam Meningkatkan Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Customer Intention to Use</i> .....	127
4.9.3 Upaya dalam Meningkatkan Pengaruh <i>Price Saving Benefits</i> terhadap <i>Customer Intention to Use</i> .....	130
4.9.4 Upaya dalam Meningkatkan Pengaruh <i>Time Saving Benefits</i> terhadap <i>Customer Intention to Use</i> .....	131
4.9.5 Upaya dalam Memanfaatkan Pengaruh <i>Perceived Severity</i> terhadap <i>Customer Intention to Use</i> .....	134
BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....	138
5.1 Simpulan .....	138
5.2 Saran.....	141
5.2.1 Saran bagi Perusahaan.....	141
5.2.2 Saran bagi Penelitian Selanjutnya.....	145
DAFTAR PUSTAKA .....	147
LAMPIRAN .....	158



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan antara beberapa layanan <i>online food-delivery</i> di Indonesia .....	12
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	45
Tabel 3.1 Tabel Definisi Operasional Variabel.....	60
Tabel 3.2 Tabel Ukuran validitas dan Syarat Validitas.....	71
Tabel 4.1 Kategori Penilaian Responden .....	85
Tabel 4.2 Penilaian Variabel <i>Perceived Usefulness</i> .....	85
Tabel 4.3 Penilaian Variabel <i>Perceived Ease of Use</i> .....	86
Tabel 4.4 Penilaian Variabel <i>Trust</i> .....	87
Tabel 4.5 Penilaian Variabel <i>Price Saving Benefits</i> .....	88
Tabel 4.6 Penilaian Variabel <i>Time Saving Benefits</i> .....	89
Tabel 4.7 Penilaian Variabel <i>Food Safety Risk Perception</i> .....	90
Tabel 4.8 Penilaian <i>Perceived Severity</i> .....	92
Tabel 4.9 Penilaian Variabel <i>Perceived Vulnerability</i> .....	93
Tabel 4.10 Penilaian Variabel <i>Customer Intention to Use</i> .....	94
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas <i>Pre-Test</i> .....	95
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas <i>Pre-Test</i> .....	96
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas <i>Main-Test</i> .....	98
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas <i>Main-Test</i> .....	99
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolonieritas .....	100
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Uji <i>Park</i> .....	101
Tabel 4.17 Hasil Uji Normalitas Menggunakan <i>Kolmogorov-Smirnov</i> dengan Pendekatan <i>Monte Carlo</i> .....	103
Tabel 4.18 Hasil Uji Model.....	104
Tabel 4.19 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F) .....	105
Tabel 4.20 Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual .....	106
Tabel 4.21 Hasil Uji Regresi Linear .....	110

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

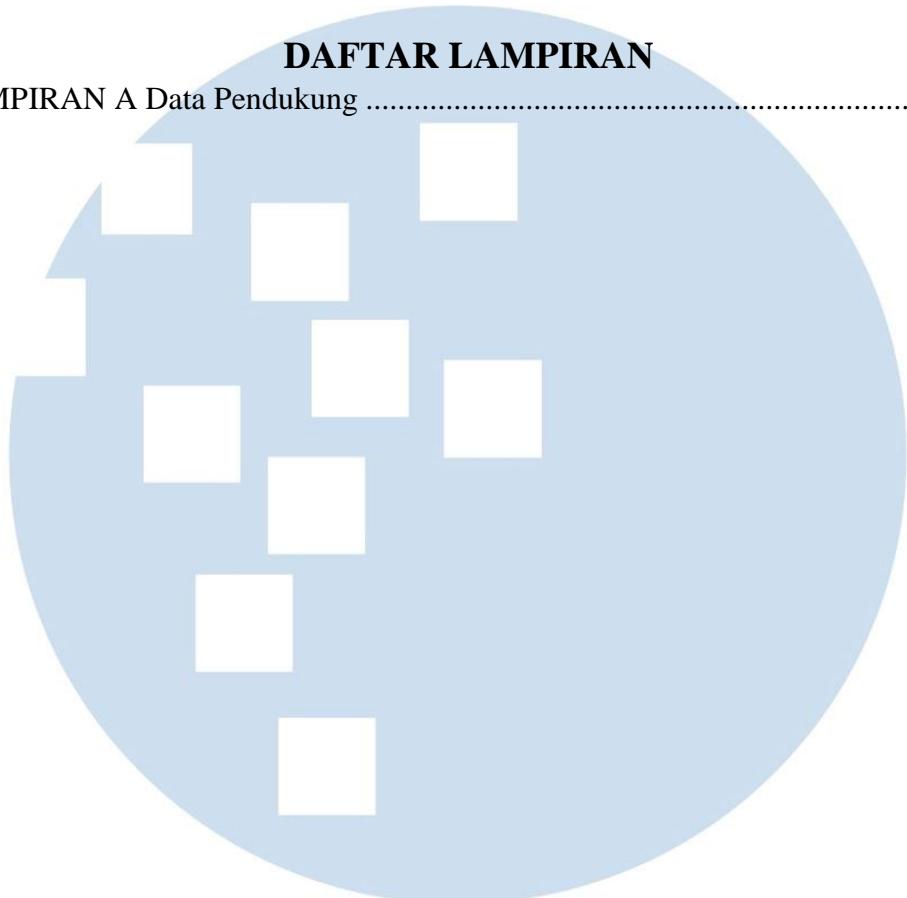
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Data Device Ownership</i> di Indonesia .....	2
Gambar 1.2 Data Pengguna Internet & Sosial Media di Indonesia .....	3
Gambar 1.3 Penduduk Indonesia didominasi oleh Gen Z dan Milenial .....	5
Gambar 1.4 Rata-Rata Pengeluaran Bulanan Saat Pandemi di Seluruh Platform ..	7
Gambar 1.5 Peta persaingan bisnis di industri <i>online food-delivery</i> di Asia Tenggara.....	8
Gambar 1.6 Pertimbangan konsumen dalam memilih layanan <i>online food-delivery</i> .....	10
Gambar 1.7 Pengguna layanan <i>Online food- delivery</i> .....	14
Gambar 1.8 Pengguna layanan Maxim Food.....	14
Gambar 2.1 <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) .....	26
Gambar 2.2 Model Penelitian .....	36
Gambar 3.1 Logo Maxim.....	47
Gambar 3.2 Layanan fitur Maxim Food .....	48
Gambar 3.3 Klasifikasi <i>Research Design</i> .....	50
Gambar 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	80
Gambar 4.2 Profil Responden Berdasarkan Domisili .....	81
Gambar 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	82
Gambar 4.4 Profil Responden Berdasarkan Anggaran yang Disiapkan dalam Menggunakan Layanan online food-delivery dalam Seminggu .....	83
Gambar 4.5 Hasil Uji Normalitas menggunakan grafik Histogram.....	102
Gambar 4.6 Hasil Uji Normalitas menggunakan <i>Normal P-Pot of Regression Standardized Residual</i> .....	102
Gambar 4.7 Ilustrasi Fitur “Help” .....	124
Gambar 4.8 Ilustrasi Konten Cara Pemesanan Maxim Food.....	125
Gambar 4.9 Ilustrasi <i>Highlight</i> Instagram Konten Cara Order melalui Maxim Food .....	126
Gambar 4.10 Ilustrasi fitur “Voice Assistant” .....	126
Gambar 4.11 Ilustrasi fitur “Chat Maxim Food” .....	128
Gambar 4.12 Ilustrasi fitur “Your Testimony” .....	129
Gambar 4.13 Ilustrasi fitur “Maxim Rewards” .....	131
Gambar 4.14 Ilustrasi fitur “Remind Me Options”.....	133
Gambar 4.15 Ilustrasi fitur “Verified Restaurant” .....	134
Gambar 4.16 Ilustrasi Kampanye Vaksinasi <i>Driver</i> Maxim Food .....	135
Gambar 4.17 Ilustrasi Driver Maxim Food yang telah divaksinasi .....	136
Gambar 4.18 Ilustrasi Prosedur Sanitasi dari Maxim Food dalam meminimalisir <i>Covid-19</i> .....	137
Gambar 4.19 Ilustrasi Keterangan Vaksinasi <i>Covid-19 driver</i> Maxim Food ....	137

NUSANTARA  
xv

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A Data Pendukung .....	158
---------------------------------	-----



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

xvi  
Nusantara

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Customer Intention to Use Online Food Delivery:*  
Telaah Pada Gen Z Calon Pengguna Aplikasi Maxim Food, Tasya Calista, Universitas Multimedia