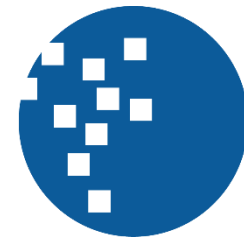


Pengaruh *Effort Expectancy*, *Perceived Usefulness*, *Information Quality*, *Perceived Risk*, *Social Influence*, dan *Trust* terhadap *Repurchase Intention* ShopeeFood



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

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

Bagus Fatih Dzulfiqar

00000061401

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

Pengaruh *Effort Expectancy*, *Perceived Usefulness*, *Information Quality*, *Perceived Risk*, *Social Influence*, dan *Trust* terhadap *Repurchase Intention* ShopeeFood



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Bagus Fatih Dzulfiqar

00000061401

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Bagus Fatih Dzulfikar

Nomor Induk Mahasiswa : 00000061401

Program Studi : Manajemen

Skripsi dengan judul:

Pengaruh Effort Expectancy, Perceived Usefulness, Information Quality, Perceived Risk, Social Influence, dan Trust terhadap Repurchase Intention ShopeeFood

Merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis 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 maupun dalam penulisan laporan karya tulis ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah yang telah saya tempuh.

Tangerang, 5 Juni 2025



(Bagus Fatih Dzulfikar)

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

***Pengaruh *Effort Expectancy*, *Perceived Usefulness*, *Information Quality*,
Perceived Risk, *Social Influence*, dan *Trust* terhadap *Repurchase Intention*
ShopeeFood***

Oleh

Nama : Bagus Fatih Dzulfikar

NIM : 00000064101

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 5 Juni 2025

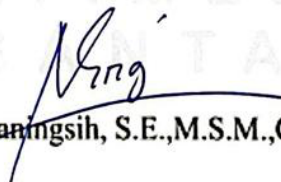
Pembimbing



Yoanita Alexandra, S.E, B.A, M.Par

NIDN: 0313089201

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E.,M.S.M.,C.B.O

NIDN: 0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

Pengaruh Effort Expectancy, Perceived Usefulness, Information Quality, Perceived Risk, Social Influence, dan Trust terhadap Repurchase Intention ShopeeFood

Oleh

Nama : Bagus Fatih Dzulfikar
NIM : 00000064101
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Rabu, 18 Juni 2025

Pukul 08.00 s.d 09.30 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Dr. Ir. Y. Budi Susanto, M.M.

NIDN: 0301056103

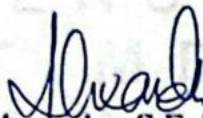
Penguji 24/06/25



Angelina Theodora Ratna
Primantina, S.E., M.M.

NIDN: 0313097403

Pembimbing



Yoanita Alexandra, S.E., B.A., M.Par

NIDN: 0313089201

Ketua Prodi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O

NIDN: 0323047801

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Bagus Fatih Dzulfikar
NIM : 00000061401
Program Studi : Manajemen
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : Pengaruh *Effort Expectancy*, *Perceived Usefulness*, *Information Quality*, *Perceived Risk*, *Social Influence*, dan *Trust* terhadap *Repurchase Intention* ShopeeFood

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (pilih salah satu):

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
 - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 5 Juni 2025



(Bagus Fatih Dzulfikar)

* Pilih salah satu

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas selesainya penulisan Karya Ilmiah dengan judul: **“Pengaruh *Effort Expectancy*, *Perceived Usefulness*, *Information Quality*, *Perceived Risk*, *Social Influence*, dan *Trust* terhadap *Repurchase Intention* ShopeeFood”** yang dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai Sarjana Jurusan Manajemen pada Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara. Skripsi ini juga dapat diselesaikan dengan tepat berkat bantuan dari berbagai macam pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

Mengucapkan terima kasih

1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ibu Prof. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A, selaku Dekan Fakultas Bisnis, Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih, S.E.,M.S.M.,C.B.O, selaku Ketua Program Studi Manajemen, Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Yoanita Alexandra, S.E, B.A, M.Par selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Kepada teman-teman saya, Ananta Aditia, Bryan Wong, dan Justin Eagan yang sudah membantu membantu dalam pengerjaan skripsi ini.
7. Kepada para responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat dan bagi para pembaca

Tangerang, 5 Juni 2025



(Bagus Fatih Dzulfikar)

**Pengaruh *Effort Expectancy*, *Perceived Usefulness*, *Information Quality*, *Perceived Risk*, *Social Influence*, dan *Trust* terhadap
Repurchase Intention ShopeeFood**

(Bagus Fatih Dzulfikar)

ABSTRAK

Layanan pesan antar makanan berbasis aplikasi seperti ShopeeFood kini menjadi pilihan populer masyarakat urban karena dinilai praktis dan efisien. Namun demikian, ShopeeFood menghadapi permasalahan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan, yang tercermin dari rendahnya tingkat pembelian ulang dibandingkan pesaing seperti GoFood dan GrabFood. Permasalahan ini diduga dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kemudahan penggunaan aplikasi (*effort expectancy*), kegunaan yang dirasakan (*perceived usefulness*), kualitas informasi yang ditampilkan (*information quality*), persepsi risiko (*perceived risk*), pengaruh sosial (*social influence*), serta kepercayaan konsumen (*trust*). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keenam variabel tersebut terhadap niat pembelian ulang (*repurchase intention*) pengguna ShopeeFood. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 175 responden aktif pengguna ShopeeFood. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda melalui perangkat lunak SPSS versi 30. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Social Influence* dan *Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention*. Sementara itu, variabel *Effort Expectancy*, *Perceived Usefulness*, *Information Quality*, dan *Perceived Risk* tidak berpengaruh secara signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan loyalitas pengguna, ShopeeFood perlu memfokuskan strategi pada peningkatan pengaruh sosial dan pembangunan kepercayaan pengguna melalui fitur aplikasi maupun pendekatan pemasaran yang relevan.

Kata kunci: ShopeeFood, Repurchase Intention, Effort Expectancy, Perceived Usefulness, Information Quality, Perceived Risk, Social Influence, Trust

The Influence of Effort Expectancy, Perceived Usefulness, Information Quality, Perceived Risk, Social Influence, and Trust on Repurchase Intention of ShopeeFood Users

(Bagus Fatih Dzulfikar)

ABSTRACT (English)

Food delivery applications such as ShopeeFood have become a popular choice among urban consumers due to their convenience and efficiency. However, ShopeeFood faces challenges in maintaining customer loyalty, as indicated by a lower repurchase rate compared to competitors like GoFood and GrabFood. This issue is suspected to be influenced by several factors including effort expectancy, perceived usefulness, information quality, perceived risk, social influence, and consumer trust. This study aims to analyze the effect of these six variables on users' repurchase intention toward ShopeeFood. A descriptive quantitative approach was used, with data collected through questionnaires distributed to 175 active ShopeeFood users. The data were analyzed using multiple linear regression with the assistance of SPSS version 30. The results showed that social influence and trust have a positive and significant effect on repurchase intention. Meanwhile, effort expectancy, perceived usefulness, information quality, and perceived risk were found to have no significant effect. These findings suggest that to increase user loyalty, ShopeeFood should focus its strategy on strengthening social influence and building consumer trust through app features and targeted marketing approaches.

Keywords: *ShopeeFood, Repurchase Intention, Effort Expectancy, Perceived Usefulness, Information Quality, Perceived Risk, Social Influence, Trust*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian.....	19
1.3 Tujuan Penelitian.....	21
1.4 Manfaat Penelitian.....	21
1.5 Batasan Penelitian.....	22
1.6 Sistematika Penulisan.....	23
BAB II	
LANDASAN TEORI.....	25
2.1 Tinjauan Teori.....	25
2.2 Model Penelitian.....	37
2.3 Hipotesis.....	38
2.4 Penelitian Terdahulu.....	47
BAB III	
METODOLOGI PENELITIAN.....	49
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	49
3.1 Desain Penelitian.....	51
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	55
3.3 Populasi dan Sampel.....	57
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	62
3.5 Operasionalisasi Variabel.....	63
3.6 Teknik Analisis Data.....	68
3.7 Uji Hipotesis.....	73

BAB IV	
ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	76
4.1 Karakteristik Responden.....	76
4.2 Analisis Statistik.....	76
4.3 Analisis Deskriptif.....	79
4.4 Uji Instrumen Pre-Test.....	92
4.5 Uji Instrumen Main-Test.....	97
4.6 Uji Asumsi Klasik.....	102
4.7 Uji Hipotesis.....	107
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian.....	115
BAB V	
SIMPULAN DAN SARAN.....	127
5.1 Simpulan.....	127
5.2 Saran.....	129
DAFTAR PUSTAKA.....	132
LAMPIRAN.....	136



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu.....	46
Tabel 3.1 Tabel Operasional Variabel.....	63
Tabel 3.2 Tabel Uji Validitas.....	70
Tabel 3.3 Uji Reliabilitas.....	71
Tabel 4.1 Tabel Skala Interval.....	80
Tabel 4.2 Penilaian Variabel Effort Expectancy.....	81
Tabel 4.3 Penilaian Variabel Perceived Usefulness.....	82
Tabel 4.4 Penilaian Variabel Information Quality.....	83
Tabel 4.5 Penilaian Variabel Perceived Risk.....	85
Tabel 4.6 Penilaian Social Influence.....	87
Tabel 4.7 Penilaian Variabel Trust.....	88
Tabel 4.8 Penilaian Variabel Repurchase Intention.....	90
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Pre – Test.....	92
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Pre – Test.....	95
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Main – Test.....	98
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Main - Test.....	100
Tabel 4.13 Tabel Kesimpulan Hasil Uji Statistik T.....	111



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia Tahun 2024...	2
Gambar 1.2 Data Penggunaan Internet di Indonesia tahun 2024.....	5
Gambar 1.3 Data Belanja Online di Dunia Tahun 2024.....	6
Gambar 1.4 Data Pasar Online Food di Asia Tenggara 2024.....	9
Gambar 1.5 Aplikasi Pesan Antar Makanan yang Paling Banyak Digunakan DI Indonesia Tahun 2023.....	10
Gambar 1.7 Jumlah Aplikasi Yang Ada di Ponsel.....	11
Gambar 1.8 Aplikasi Yang Paling Sering Digunakan.....	11
Gambar 1.9 Aplikasi Yang Paling Mudah Digunakan.....	12
Gambar 1.10 Aplikasi Yang Sudah Tidak/Jarang Digunakan.....	12
Gambar 1.11 Tampilan Menu ShopeeFood.....	16
Gambar 1.12 Metode Pembayaran ShopeeFood.....	17
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	37
Gambar 3.1 Logo Shopee Food.....	49
Gambar 3.2 Desain Penelitian.....	51
Gambar 3.3 Sampling Design Process.....	55
Gambar 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	77
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	77
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	78
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	79
Gambar 4.5 Uji Normalitas dengan Grafik Histogram.....	103
Gambar 4.6 Uji Normalitas dengan Normal P-P Plot.....	104
Gambar 4.7 Uji Normalitas dengan One-Sample K-S.....	105
Gambar 4.8 Uji Normalitas dengan Scatterplot.....	106
Gambar 4.9 Uji Multikolinieritas.....	107
Gambar 4.10 Uji Statistik F.....	108
Gambar 4.11 Uji Statistik T.....	110
Gambar 4.12 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	114
Gambar 4.13 Analisis Regresi Linear Berganda.....	114

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Jurnal Utama.....	137
Lampiran B Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Pre-Test.....	138
Lampiran C Kuesioner Penelitian.....	145
Lampiran D Hasil Turnitin.....	155
Lampiran E Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi.....	166

