

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
INTENTION TO USE SHOPEEFOOD PADA GENERASI Z DI
JABODETABEK**



SKRIPSI

**Reynaldo Chandra
00000063258**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
INTENTION TO USE SHOPEEFOOD PADA GENERASI Z DI
JABODETABEK**



HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Reynaldo Chandra

NIM : 00000063258

Program studi : Manajemen

Skripsi dengan judul:

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI INTENTION TO USE SHOPEEFOOD PADA GENERASI Z DI JABODETABEK

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, 11 Juni 2025



Reynaldo Chandra

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI INTENTION TO
USE SHOPEEFOOD PADA GENERASI Z DI JABODETABEK”

Oleh

Nama : Reynaldo Chandra

NIM : 00000063258

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan

Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 11 Juni 2025

Dosen Pembimbing



Nosica Rizkalla, S.E., M.Sc.
NIDN. 0320089001

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M. C.B.O
NIDN. 0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI INTENTION TO
USE SHOPEEFOOD PADA GENERASI Z DI JABODETABEK”

Oleh

Nama : Reynaldo Chandra

NIM : 00000063258

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Kamis, 19 Juni 2025

Pukul 08.00 s.d 09.30 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut

Ketua Sidang

Dosen Penguji


Prof. Dr. Florentina Kurniasari T,
S.Sos., MBA.

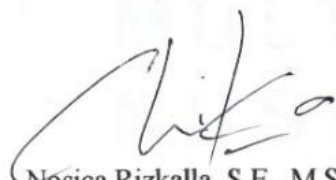

Dr. Febri Nila Chrisanty, S.E., M.M.

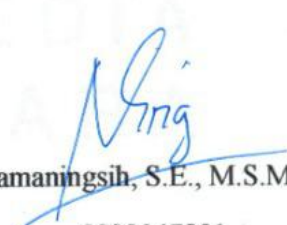
0307027602

031404740.

Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi Manajemen


Nosica Rizkalla, S.E., M.Sc.


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

0320089001

0323047801

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat, rahmat, dan kasih-Nya peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI INTENTION TO USE SHOPEEFOOD PADA GENERASI Z DI JABODETABEK”. Penulisan skripsi ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam mendapatkan gelar Sarjana Manajemen (S.M.) Jurusan Manajemen Pada Fakultas Bisnis di Universitas Multimedia Nusantara. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan karena adanya bantuan serta dukungan dari berbagai pihak, maka dari itu penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Prof. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O., selaku Ketua Program Studi Manajemen, Universitas Multimedia Nusantara.
4. Nosica Rizkalla, S.E., M.Sc, selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga penulis, Mama, dan Kakak-Kakak penulis yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
6. Felicia Hartono, sebagai orang terdekat penulis yang selalu memberi dukungan mental di setiap keluh penulis.
7. Vincent Rafael Wijaya, dan Om Darman yang rela tempat tinggalnya dijadikan tempat untuk penulis mengerjakan skripsi setiap harinya sampai larut malam, dan selalu menyediakan kopi dan menemani selama pengerjaan.
8. Group The T yang selalu memberi bercandaan dan dukungan dikala pengerjaan.
9. Seluruh Anggota Monad Community, Indonads Community, dan teman-teman Web3 penulis yang selalu memberikan bercandaan setiap harinya, dan telah menjadi motivasi bagi penulis untuk menyelesaikan kuliah secepatnya untuk menyeriusi jenjang selanjutnya.
10. Seluruh responden yang telah bersedia mengisi kuesioner yang terkait dengan penelitian ini.
11. Terakhir, saya berterima kasih kepada diri saya sendiri karena tugas skripsi ini hanya bisa selesai karena ketegaran, kegigihan, dan kesabaran dari peneliti untuk melewati berbagai cobaan, kebingungan, dan juga insiden-insiden yang terjadi selama pengerjaan skripsi ini.

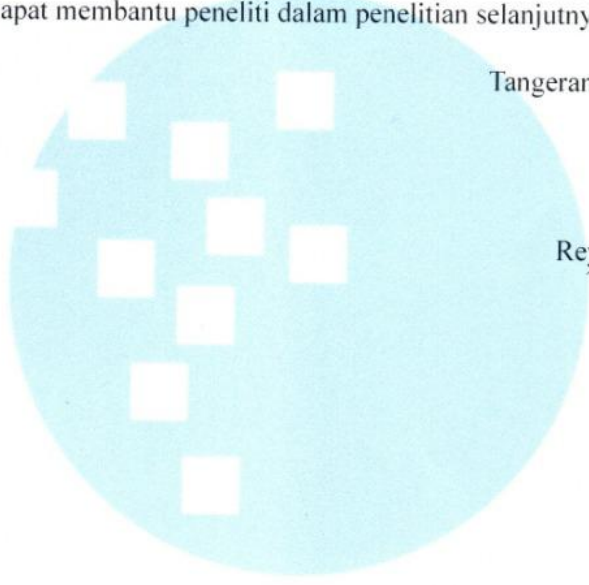
Akhir kata, peneliti ingin berterima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyelesaian tugas skripsi ini, juga disadari bahwa tugas

Akhir kata, peneliti ingin berterima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyelesaian tugas skripsi ini, juga disadari bahwa tugas skripsi ini masih amat banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna karena keterbatasan dari peneliti. Maka dari itu peneliti sangat menerima segala bentuk kritik dan saran dengan harapan dapat membantu peneliti dalam penelitian selanjutnya.

Tangerang, 11 Juni 2025



Reynaldo Chandra



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI INTENTION TO USE SHOPEEFOOD PADA GENERASI Z DI JABODETABEK

(Reynaldo Chandra)

ABSTRAK

ShopeeFood merupakan sebuah platform *food delivery application* yang termasuk dari perusahaan Shopee, yang dimana Shopee merupakan *platform e-commerce* terbesar di Indonesia, selain itu ShopeeFood juga telah melakukan promosi berupa diskon, subsidi *ongkir*, dan insentif lainnya, tetapi ShopeeFood masih kesulitan untuk menyaingi kompetitornya di bidang *food delivery application*. Maka dari itu penelitian ini ingin meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi niat penggunaan ShopeeFood. Peneliti menggunakan *Uses and Gratification Theory* untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi pengguna untuk menggunakan *food delivery application* dan juga apa yang membentuk preferensi pengguna dalam memilih *food delivery application*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyebar kuesioner secara *online* melalui media *google form*. Target responden dari penelitian ini adalah antara lain pengguna aktif *food delivery application* yang termasuk dalam generasi z (17-28) yang berdomisili di wilayah Jabodetabek, dan tidak memilih ShopeeFood sebagai opsi *food delivery application* utamanya. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif untuk menilai indikator dari masing-masing variabel. Dari penelitian ini, didapatkan bahwa terdapat pengaruh positif antara *Intention to Use* dengan *Customer Experience*, dan *Quality Control*. Sedangkan untuk variabel *Societal Pressure*, *Delivery Experience*, *Ease of Use*, *Convenience*, *Listing*, dan *Search of Restaurant* tidak berpengaruh positif terhadap *Intention to Use*.

Kata Kunci: *Intention to Use* ShopeeFood, *Intention to Use Food Delivery Application*, Faktor-faktor yang mempengaruhi *Intention to Use*.

ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCING INTENTION TO USE SHOPEEFOOD AMONG GENERATION Z IN JABODETABEK

(Reynaldo Chandra)

ABSTRACT

ShopeeFood is a food delivery application platform that is part of the Shopee company, which is the largest e-commerce platform in Indonesia. Despite offering promotions such as discounts, shipping subsidies, and other incentives, ShopeeFood still struggles to compete with its rivals in the food delivery application industry. Therefore, this study aims to examine the factors that influence the intention to use ShopeeFood. The researcher employs the Uses and Gratification Theory to identify the factors that drive users to use food delivery applications and to understand what shapes their preferences in choosing such platforms. This study adopts a quantitative approach, with data collected through an online questionnaire distributed via Google Forms. The target respondents are active users of food delivery applications, aged 17–28 (Generation Z), who reside in the Jabodetabek area and do not choose ShopeeFood as their primary food delivery platform. Descriptive analysis is used to evaluate the indicators of each variable. The findings reveal that there is a positive influence between Intention to Use and both Customer Experience and Quality Control. Meanwhile, the variables of Societal Pressure, Delivery Experience, Ease of Use, Convenience, Listing, and Search of Restaurant do not have a positive effect on Intention to Use.

Keywords: Intention to Use ShopeeFood, Intention to Use Food Delivery Application, Factors Influencing Intention to Use.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian	16
1.5 Batasan Penelitian	17
1.6 Sistem Penulisan	18
BAB II	20
LANDASAN TEORI	20
2.1 Kajian Teori	20
2.1.1 Uses and Gratification (U&G) Theory	20
2.1.2 Food Delivery Application	21
2.1.3 Societal Pressure	22
2.1.4 Delivery Experience	23
2.1.5 Customer Experience	24
2.1.6 Ease of Use	24
2.1.7 Quality Control	25
2.1.8 Convenience	26
2.1.9 Listing	28
2.1.10 Search of Restaurant	28

2.1.11 Intention to Use	29
2.2 Kerangka Konseptual	30
2.3 Hipotesis Penelitian.....	31
2.3.1 Pengaruh Positif Societal Pressure terhadap Intention to Use	31
2.3.2 Pengaruh Positif Delivery Experience terhadap Intention to Use	32
2.3.3 Pengaruh Positif Customer Experience terhadap Intention to Use	32
2.3.4 Pengaruh Positif Ease of Use terhadap Intention to Use.....	33
2.3.5 Pengaruh Positif Quality Control terhadap Intention to Use.....	34
2.3.6 Pengaruh Positif Convenience terhadap Intention to Use	34
2.3.7 Pengaruh Positif Listing terhadap Intention to Use	35
2.3.8 Pengaruh Positif Search of Restaurant terhadap Intention to Use	35
2.4 Penelitian Terdahulu.....	36
BAB III.....	42
METODOLOGI PENELITIAN	42
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	42
3.1.1 Analisis Kompetitor.....	43
3.2 Desain Penelitian.....	45
3.2.1 Jenis Penelitian	46
3.2.2 Data Penelitian	52
3.3 Pendekatan Penelitian	53
3.4 Metode Pengumpulan Data	54
3.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	55
3.5.1 Target Populasi	55
3.5.2 Kerangka Sampel	56
3.5.3 Ukuran Sampel.....	56
3.6 Teknik Pengambilan Sampel	57
3.7 Prosedur Penelitian.....	60
3.8 Identifikasi Variabel Penelitian	60
3.8.1 Variabel Independen	60
3.8.2 Variabel Dependen	61
3.9 Operasionalisasi Variabel	62

3.10 Teknik Analisis Data	70
3.10.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	70
3.10.2 Uji Asumsi Klasik	72
3.10.3 Uji Model	73
3.10.4 Uji Hipotesis.....	74
BAB IV	77
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	77
4.1 Deskripsi Hasil Penelitian	77
4.2 Deskripsi Hasil Profil Responden	78
4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Gender	78
4.2.2 Profiling Responden Berdasarkan Profesi.....	79
4.2.3 Profiling Responden Berdasarkan Pengeluaran Rutin Bulanan	80
4.2.4 Profil Responden Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran per Pemesanan Makanan.....	80
4.2.5 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan Layanan Food Delivery Application Dalam 1 Minggu Terakhir	82
4.2.6 Profil Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	83
4.3 Analisis Deskriptif.....	83
4.3.1 Societal Pressure	85
4.3.2 Delivery Experience	87
4.3.3 Customer Experience	88
4.3.4 Ease of Use.....	89
4.3.5 Quality Control.....	90
4.3.6 Convenience	92
4.3.7 Listing.....	93
4.3.8 Search of Restaurant.....	95
4.3.9 Intention to Use	96
4.4 Uji Instrumen.....	98
4.4.1 Uji Pre-test.....	98
4.4.2 Uji Main test.....	101
4.5 Uji Asumsi Klasik	104

4.5.1 Uji Normalitas	105
4.5.2 Uji Heteroskedastisitas	106
4.5.3 Uji Multikolonieritas	107
4.6 Uji Model	108
4.6.1 Koefisiensi Determinasi (R^2).....	108
4.7 Uji Hipotesis.....	109
4.7.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	109
4.7.2 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t).....	110
4.7.3 Uji. Regresi Linier Berganda.....	113
4.8 Interpretasi Hasil	115
4.8.1 Pengaruh Societal Pressure terhadap Intention to Use.....	115
4.8.2 Pengaruh Delivery Experience terhadap Intention to Use	115
4.8.3 Pengaruh Customer Experience terhadap Intention to Use.....	116
4.8.4 Pengaruh Ease of Use terhadap Intention to Use	117
4.8.5 Pengaruh Quality Control terhadap Intention to Use	119
4.8.6 Pengaruh Convenience terhadap Intention to Use	119
4.8.7 Pengaruh Listing terhadap Intention to Use	120
4.8.8 Pengaruh Search of Restaurant terhadap Intention to Use	121
4.9 Implikasi Manajerial	122
4.9.1 Upaya dalam Meningkatkan Dampak Customer Experience terhadap Intention to Use	122
4.9.2 Upaya dalam Meningkatkan Dampak Quality Control terhadap Intention to Use	123
4.9.3 Upaya dalam Meningkatkan Societal Pressure terhadap Intention to Use.....	125
4.9.4 Upaya dalam Meningkatkan Delivery Experience terhadap Intention to Use	125
4.9.5 Upaya dalam Meningkatkan Ease of Use terhadap Intention to Use ..	126
4.9.6 Upaya dalam Meningkatkan Convenience terhadap Intention to Use	127
4.9.7 Upaya dalam Meningkatkan Listing terhadap Intention to Use.....	127

4.9.8 Upaya dalam Meningkatkan Search of Restaurant terhadap Intention to Use	128
BAB V	130
KESIMPULAN DAN SARAN	130
5.1 Kesimpulan.....	130
5.2 Saran.....	132
5.2.1 Saran Untuk Perusahaan.....	132
5.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	135
DAFTAR PUSTAKA	137
LAMPIRAN.....	149



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Business Model dari 3 Food Delivery Application terbesar di Indonesia	8
Tabel 2. 1 Tabel Operasionalisasi Variabel.....	62
Tabel 3. 1 Tabel Kriteria Kelulusan Uji Validitas dan Reliabilitas	70
Tabel 4. 1 Tabel Kriteria Interval Kelas	84
Tabel 4. 2 Penelitian Responden Terhadap Societal Pressure	85
Tabel 4. 3 Penelitian Responden Terhadap Delivery Experience.....	87
Tabel 4. 4 Penelitian Responden Terhadap Customer Experience	88
Tabel 4. 5 Penelitian Responden Terhadap Ease of Use	89
Tabel 4. 6 Penelitian Responden Terhadap Quality Control	90
Tabel 4. 7 Penelitian Responden Terhadap Convenience.....	92
Tabel 4. 8 Penelitian Responden Terhadap Listing	93
Tabel 4. 9 Penelitian Responden Terhadap Search of Restaurant	95
Tabel 4. 10 Penelitian Responden Terhadap Intention to Use.....	96
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Pre-test.....	99
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas Pre-test	100
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Main-test	102
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas Main-test.....	103
Tabel 4. 15 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	105
Tabel 4. 16 Hasil Uji Multikolonieritas.....	108
Tabel 4. 17 Uji Koefisien Determinasi Model Pada Variabel <i>Societal Pressure</i> , <i>Customer Experience</i> , <i>Delivery Experience</i> , <i>Ease of Use</i> , <i>Quality Control</i> , <i>Convenience</i> , <i>Listing</i> , <i>Search of Restaurant</i> dan <i>Intention to Use</i>	109
Tabel 4. 18 Uji Signifikansi Simultan	110

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Sistem layanan Food Delivery Application.....	1
Gambar 1. 2 Perbedaan harga antara memesan makanan secara langsung dan melalui Food Delivery Application.....	5
Gambar 1. 3 Pasar Online Food Delivery di Asia Tenggara	6
Gambar 1. 4 Perbandingan harga Final (setelah promo) dari ShopeeFood, Gofood, dan Grabfood untuk merchant Ayam Geprek Nadean dengan menu Paket Ayam Geprek Sambal Matah.....	10
Gambar 1. 5 Pilot Survey	12
Gambar 1. 6 Preferensi Responden untuk Food Delivery Application pilihan pada Pilot Survey.....	13
Gambar 2. 1 Model Penelitian.....	31
Gambar 3. 1 Logo ShopeeFood.....	42
Gambar 3. 2 Research Design Framework.....	47
Gambar 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Gender	78
Gambar 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Profesi.....	79
Gambar 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Rutin Bulanan	80
Gambar 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran per Pemesanan Makanan.....	81
Gambar 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Pemesanan Makanan Menggunakan Food Delivery Application dalam 1 Minggu Terakhir	82
Gambar 4. 6 Profil Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	83
Gambar 4. 7 Histogram dan P Plot.....	105
Gambar 4. 8 Uji Heteroskedastisitas (Glejser).....	106
Gambar 4. 9 Uji Signifikansi Simultan	111
Gambar 4. 10 Uji Regresi Linear Berganda	113
Gambar 4. 11 Penawaran ShopeeFood yang Tidak Bisa Dipakai	123
Gambar 4. 12 Proses Untuk Melihat Foto, Ulasan, Rating Sebuah Gerai di ShopeeFood.....	124