

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KONSUMEN UNTUK MENGGUNAKAN GO-FOOD
SELAMA WABAH COVID-19 DI AREA YOGYAKARTA**

Tugas Akhir

Diajukan untuk memenuhi persyaratan mencapai derajat Sarjana Sistem Informasi



Miracle Vernawan Jalu

NPM: 181709706

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2022

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Berjudul

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN UNTUK MENGGUNAKAN GO-FOOD SELAMA WABAH COVID-19 DI AREA YOGYAKARTA

yang disusun oleh

MIRACLE VERNAWAN JALU

181709706

dinyatakan telah memenuhi syarat pada tanggal 12 Juli 2022

Dosen Pembimbing 1 : Clara Hetty Primasari, S.T., M.Cs
Dosen Pembimbing 2 : Elisabeth Marsella, S.S., M.Li.

Keterangan
Telah menyetujui
Telah menyetujui

Tim Penguji
Penguji 1 : Clara Hetty Primasari, S.T., M.Cs
Penguji 2 : Yohanes Priadi Wibisono, S.T., M.M.
Penguji 3 : Herlina, S.Kom., M.Eng.

Telah menyetujui
Telah menyetujui
Telah menyetujui

Yogyakarta, 12 Juli 2022

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Fakultas Teknologi Industri

Dekan

ttd

Dr. A. Teguh Siswantoro, M.Sc

PRAKATA

Dengan mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya, Penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul “**Analisis Faktor yang Mempengaruhi Konsumen untuk Menggunakan Go-Food Selama Wabah COVID-19 di Area Yogyakarta**”, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana Jurusan Sistem Informasi Fakultas Teknologi Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Penulis menyadari dalam penulisan tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, dan memiliki banyak kekurangan baik dalam metode penulisan maupun dalam pembahasan materi. Sehingga Penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun yang di kemudian hari dapat memperbaiki segala kekurangannya.

Dalam Penyusunan Skripsi ini penulis banyak mendapatkan petunjuk dan bimbingan dari berbagai pihak sehingga dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih sebesar – besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang senantiasa memberikan bimbingan dalam setiap langkah dan selalu menyertai penulis dalam segala kondisi.
2. Keluarga penulis yang selalu mendukung dan mendoakan penulis sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Ibu Clara Hetty Primasari, S.T., M.M, selaku dosen pembimbing 1 yang telah senantiasa membimbing dan memberikan saran dan kritik kepada penulis, serta memotivasi penulis yang terkadang malas menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Ibu Elisabeth Marsella, S. S., M. Li., selaku dosen pembimbing 2 yang telah senantiasa membimbing dan memberikan saran dan kritik kepada penulis, terutama soal penulisan tugas akhir ini.
5. Teman – teman Grup Garaga Hitam,Blackbone,Hendro Sugiyanto vs Vaksin dan teman teman lain. yang selalu menemani penulis dalam suka dan duka

Demikian penyusunan penelitian ini, peneliti mohon kritik dan saran demi kelayakan penelitian ini dan diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

ABSTRAK

Penelitian ini dimaksudkan untuk meneliti faktor yang mempengaruhi niat konsumen untuk menggunakan layanan pengantaran makanan online (*Online Food Delivery*) selama wabah COVID-19 di Area Yogyakarta. Penelitian ini menerapkan Theory of Reasoned Action yang mengintegrasikan *perceived relative advantage*, *perceived risk* dan *attitude toward using* terhadap *intention to use* untuk memberikan wawasan tentang perspektif konsumen saat menggunakan layanan pengantaran makanan online. Pengumpulan data dilakukan oleh kuantitatif, non – probabilitas dan metode *purposive sampling*. Kuesioner online berupa Google Form disebar ke semua orang yang telah menggunakan layanan pengantaran makanan online setidaknya sekali selama wabah COVID-19 (Feb 2020 - Maret 2022). Total ada 122 jawaban kuesioner yang valid, data dari kuesioner tersebut lalu di proses menggunakan metode PLS-SEM melalui SMART-PLS 3.0. Hasil yang ditemukan adalah konsumen merasakan *perceived trustworthiness*, *perceived relative advantage* dan *perceived risk* memiliki pengaruh positif terhadap *attitude toward using*. *Perceived risk* dan *attitude toward using* juga dirasakan memiliki pengaruh positif terhadap *intention to use*, namun *perceived trustworthiness* memiliki pengaruh positif yang tidak signifikan terhadap *intention to use*.

Kata Kunci: Theory of Reasoned Action, Go-Food, SMART-PLS 2.0, Structural Equation Model

ABSTRACT

This study is intended to examine the factors that influence consumers' intention to use online food delivery services during the COVID-19 outbreak in the Yogyakarta Area. This study applies the Theory of Reasoned Action which integrates perceived relative advantage, perceived risk and attitude toward using on intention to use to provide insight into consumer perspectives when using online food delivery services. Data was collected by quantitative, non-probability and purposive sampling methods. An online questionnaire in the form of a Google Form was distributed to everyone who had used an online food delivery service at least once during the COVID-19 outbreak (Feb 2020 - March 2022). In total there were 122 valid answers to the questionnaire, the data from the questionnaire was then processed using the PLS-SEM method through SMART-PLS 2.0. The results found are consumers feel perceived trustworthiness, perceived relative advantage and perceived risk have a positive influence on attitude toward using. Perceived risk and attitude toward using are also perceived to have a positive influence on intention to use, but perceived trustworthiness has a non-significant positive effect on intention to use.

Keyword: Theory of Reasoned Action, Go-Food, SMART-PLS 2.0, Structural Equation Mode

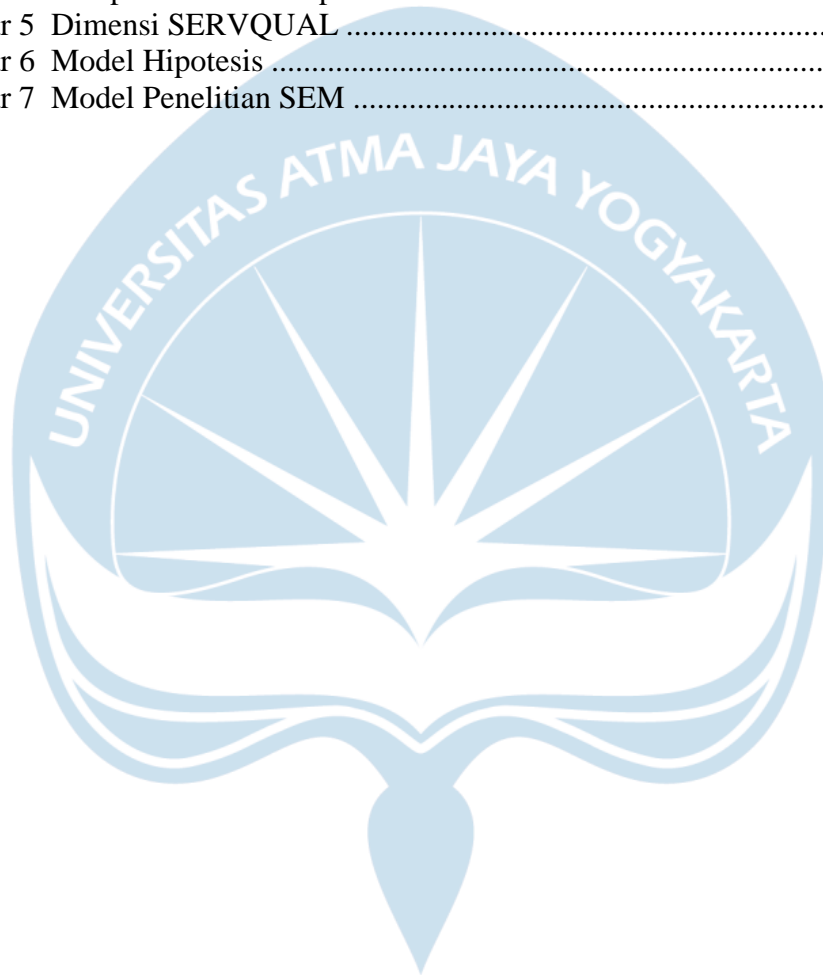
Daftar Isi

LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENYATAAN	Error! Bookmark not defined.
PRAKATA	2
DAFTAR GAMBAR	7
DAFTAR TABEL	8
BAB I PENDAHULUAN	9
1.1 Latar Belakang	9
1.2 Perumusan Masalah	12
1.3 Pertanyaan Penelitian	14
1.4 Tujuan	14
1.5 Batasan Masalah	14
1.6 Manfaat Penelitian	14
1.7 Bagan Keterkaitan	15
Bab II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Studi Sebelumnya	16
2.2 Dasar Teori	20
2.2.1 <i>Online Food Delivery</i>	20
2.2.2 <i>Kebijakan New Normal</i>	20
2.2.3 <i>Go-Food</i>	21
2.2.4 <i>Purposive Sampling</i>	21
2.2.5 <i>Structural Equation Model</i>	21

2.2.6 Theory Of Reasoned Action	22
2.2.7 Hipotesis	25
2.2.8 Research Model	27
BAB III METODOLOGI	28
3.1 Tahap Penelitian	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Identifikasi Responden	39
4.2 Uji Validitas	41
4.3 Uji Reliabilitas	45
4.4 Hasil Uji Inner Model dan Hipotesis Penelitian	46
4.5 Pembahasan Keputusan Hipotesis Penelitian	53
4.6 Rekomendasi Untuk Go-Food	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	62
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	71
TABEL REVISI	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Ulasan Pelanggan Go-Jek.....	15
Gambar 2 Ulasan Pelanggan Go-Jek.....	15
Gambar 3 Bagan Keterkaitan.....	17
Gambar 4 Tampilan Beranda Aplikasi Teman Bus	29
Gambar 5 Dimensi SERVQUAL	30
Gambar 6 Model Hipotesis	53
Gambar 7 Model Penelitian SEM	54



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Sebelumnya.....	20
Tabel 2 Operasionalisasi Variabel.....	33
Tabel 3 Daftar Pertanyaan.....	35
Tabel 4 Demografi Jenis Kelamin.....	41
Tabel 5 Demografi Usia.....	41
Tabel 6 Demografi Pekerjaan.....	42
Tabel 7 Demografi Waktu Pemesanan.....	43
Tabel 8 Uji Validitas.....	44
Tabel 9 Fornell-Larcker Criterion.....	44
Tabel 10 Cross Loading.....	45
Tabel 11 Cronbach's Alpha dan Composite Reliability.....	47
Tabel 12 R-Squared.....	49
Tabel 13 Total Effect.....	50
Tabel 14 Coefficient, Standard Deviation, T-statistic, P Value.....	51