

Intention of Online Food Delivery Service Users: A Case Study of Gofood, Grabfood, and Shopeefood Users

By Muhammad Rifky

ABSTRACT

This research aims to examine the impact of perceived convenience, service quality, and transaction security on consumers' attitudes and intentions to use online food delivery services in Indonesia. Based on an expanded model of technology acceptance that includes perceived convenience, service quality, and transaction security, along with their influences on consumer attitudes as a mediator and the dependent variable of consumer usage intentions for online food delivery services. In this study, the researchers collected data from 100 participants who use online food delivery services in Indonesia and analyzed it using the PLS-SEM method through Smart-PLS. The results of the research indicate that perceived convenience and service quality have a significant effect on attitudes, while transaction security only has a significant effect on usage intentions. Furthermore, the mediating effect of attitudes only occurs in the relationship between perceived convenience, service quality, and usage intentions.

Keywords: intention to use, service convenience, service quality, transaction security, consumer attitudes

Intensi Pengguna Layanan Pesan Antar Makanan Secara Daring: Studi Kasus Pengguna Gofood, Grabfood, Dan Shopeefood

Oleh Muhammad Rifky

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dampak kenyamanan yang dirasakan, kualitas layanan, dan keamanan transaksi terhadap sikap dan niat penggunaan pengguna terhadap layanan pesan-antar makanan daring di Indonesia. Berdasarkan model penerimaan teknologi yang diperluas hingga mencakup kenyamanan yang dirasakan, kualitas layanan, dan keamanan transaksi beserta pengaruhnya pada sikap pengguna sebagai mediator dan variabel terikat niat penggunaan pengguna terhadap layanan pesan-antar makanan daring. Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data dari 100 partisipan yang menggunakan layanan pesan-antar makanan secara daring di Indonesia dan menganalisisnya menggunakan metode PLS-SEM melalui Smart-PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kenyamanan dan kualitas layanan memiliki efek signifikan pada sikap, sedangkan keamanan transaksi hanya signifikan terhadap niat penggunaan. Kemudian efek mediasi sikap hanya terjadi di hubungan antara kenyamanan, dan kualitas terhadap niat penggunaan.

Kata Kunci: niat penggunaan, kenyamanan layanan, kualitas layanan, keamanan transaksi, sikap pengguna