

USULAN PENINGKATAN NIAT PAKAI FITUR PEMESANAN MAKANAN PADA APLIKASI X

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar
Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

Disusun oleh :

Nama : Ricky Gunarto
NPM : 6131801021



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG
2022**

IMPROVEMENT SUGGESTION IN INTENTION TO USE FOOD DELIVERY FEATURE IN APPLICATION X

THESIS

Submitted to fulfill one of the requirements to achieve
a degree Bachelor in Industrial Engineering

Arrange by:
Name : Ricky Gunarto
NPM : 6131801021



**INDUSTRIAL ENGINEERING GRADUATE STUDY PROGRAM
INDUSTRIAL ENGINEERING MAJOR
FACULTY OF INDUSTRIAL TECHNOLOGY
PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
BANDUNG
2022**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : Ricky Gunarto
NPM : 6131801021
Jurusan : Teknik Industri
Judul Skripsi : USULAN PENINGKATAN NIAT PAKAI FITUR PEMESANAN
MAKANAN PADA APLIKASI X

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, Agustus 2022

Ketua Program Studi Sarjana Teknik Industri

(Dr. Cecilia Tesavrita, S.T., M.T.)

Pembimbing Pertama

Pembimbing Kedua

(Dr. Cecilia Tesavrita, S.T., M.T.)

(Cherish Rikardo, S.Si., M.T.)



Program Studi Sarjana Teknik Industri
Jurusan Teknik Industri
Fakultas Teknologi Industri
Universitas Katolik Parahyangan

Pernyataan Tidak Mencontek atau Melakukan Tindakan Plagiat

Saya, yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Ricky Gunarto

NPM : 6131801021

dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

“USULAN PENINGKATAN NIAT PAKAI FITUR PEMESANAN MAKANAN PADA APLIKASI X”

adalah hasil pekerjaan saya dan seluruh ide, pendapat atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya.

Bandung, 05 Agustus 2022

Ricky Gunarto
6131801021

ABSTRAK

Fitur pemesanan makanan pada aplikasi X merupakan layanan pemesanan makanan yang diluncurkan pada tahun 2020. Berdasarkan survey dari Rakuten Insight (2020), aplikasi X sendiri merupakan aplikasi *travel agencies* terpopuler di Indonesia. Namun, dari segi pengguna maupun mitra, fitur pemesanan makanannya sendiri masih kalah bersaing dengan aplikasi pemesanan makanan lainnya di Indonesia. Perusahaan X menginginkan fitur pemesanan makanan ini menjadi pilihan utama yang relevan dalam lingkup pemesanan makanan dan digunakan oleh lebih banyak orang untuk memesan makanan setiap harinya. Tujuan tersebut masih terus diusahakan oleh perusahaan X sampai saat ini dan untuk mencapainya dibutuhkan jumlah pengguna yang lebih banyak. Berdasarkan hal tersebut, diduga terdapat permasalahan adopsi teknologi yang dapat dianalisis lebih lanjut sehingga niat pakai untuk fitur pemesanan makanan pada aplikasi X dapat meningkat. Permasalahan adopsi teknologi juga terlihat melalui wawancara awal dengan 30 responden yang menyatakan beragam kekurangan fitur pemesanan makanan pada aplikasi X seperti metode pembayaran, pemakaian, tampilan dan lainnya. Penelitian dilakukan dengan model UTAUT2 dari penelitian Venkatesh et al., (2012) yang sudah dimodifikasi dengan penelitian Rasli et al., (2020). Model dasar UTAUT2 ditambahkan variabel independen *information quality*. Selain itu, ditambahkan juga variabel moderasi umur terhadap tujuh hubungan. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner menggunakan metode *sampling* berupa *convenience sampling*. Didapatkan sebanyak 169 data dan digunakan sebanyak 90 data responden dengan proporsi yang sama untuk tiga generasi umur. 100 data Generasi Z juga diolah untuk membandingkan hasilnya. Data diolah menggunakan metode *Partial Least Square-Structural Equation Modelling* (PLS-SEM). Berdasarkan hasil pengolahan data, variabel *habit* dan *information quality* berpengaruh secara signifikan terhadap *behavioural intention*. Variabel moderasi juga mempengaruhi hubungan *habit*. Berdasarkan *importance-performance map analysis*, perbaikan perlu difokuskan pada variabel *habit*. Berdasarkan hasil pengolahan data, dirancang beberapa usulan perbaikan. Usulan untuk variabel *habit* adalah fitur misi, *maintenance* sistem, media terintegrasi, penambahan *driver*, promosi pada musim dan waktu tertentu, dan fitur *reminder* untuk restoran favorit. Usulan untuk *information quality* adalah penambahan status bagi restoran dan makanan, pemberian fitur *pop up window*, pemberian informasi pada laman awal restoran, dan pemberian informasi terkait kandungan gizi makanan.

Kata kunci: UTAUT2, PLS-SEM, Aplikasi Pemesanan Makanan, Adopsi Teknologi

ABSTRACT

The food ordering feature on application X is a food ordering service that was launched in 2020. Based on a survey from Rakuten Insight (2020), application X itself is the most popular travel agencies application in Indonesia. However, in terms of users and partners, the food ordering feature itself is still less competitive than other food ordering applications in Indonesia. Company X wanted this food ordering feature to be a relevant and top choice food application in the scope of ordering food and used by more people to order food every day. This goal is still being pursued by company X until now and to achieve this requires a larger number of users. Based on this, it is suspected that there are problems with the adoption of technology that can be further analyzed so that the intention to use the food ordering feature on application X can increase. The problem of technology adoption was also seen through initial interviews with 30 respondents which states various shortcomings of the food ordering feature on application X such as payment methods, usage, display and others. The study was conducted with the UTAUT2 model from the research of Venkatesh et al., (2012) which has been modified with the research of Rasli et al., (2020). The basic model of UTAUT2 added an independent variable of information quality. In addition, a moderation variable age against seven relationships was also added. Data collection was carried out by distributing questionnaires using a sampling method in the form of convenience sampling. 169 data were obtained and 90 respondents' data were used with the same proportion for three generations of age. 100 Generation Z data is also processed to compare the results. The data was processed using the Partial Least Square-Structural Equation Modelling (PLS-SEM) method. Based on the results of data processing, the variables of habit and information quality have a significant effect on behavioural intention. Moderation variables also affect habitual relationships. Based on importance-performance map analysis, improvements need to be focused on habit variables. Based on the results of data processing, several proposed improvements were designed. Proposals for habit variables are mission features, system maintenance, integrated media, driver additions, promotions in certain seasons and times, and reminder features for favorite restaurants. The proposal for information quality is the addition of status for restaurants and food, the provision of pop-up window features, the provision of information on the restaurant's initial page, and the provision of information related to the nutritional content of food.

Keywords: UTAUT2, PLS-SEM, Food Delivery Application, Technology Adoption

KATA PENGANTAR

Penulis ingin memberikan puji dan syukurnya kepada Tuhan yang sudah menuntun penulis dari awal pembuatan skripsi hingga akhir dengan segala berkat, perlindungan dan bimbinganNya. Pembuatan skripsi ini merupakan proses yang panjang dan membutuhkan usaha yang maksimal. Namun, seluruh usaha yang dikeluarkan tidak akan cukup tanpa adanya dukungan dari teman, dosen, dan keluarga. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Ceicalia Tesavrita, S.T., M.T. dan Ibu Cherish Rikardo, S.Si., M.T. sebagai dosen pembimbing yang sudah bersedia membantu, mengarahkan, dan mendukung penulis selama pembuatan skripsi berlangsung.
2. Ibu Dr. Hotna Marina Rosaly Sitorus, S.T., M.M. dan Bapak Romy Loice, S.T., M.T. selaku dosen penguji proposal skripsi yang sudah bersedia memberikan masukan dan perbaikan sehingga skripsi ini dapat memberikan hasil yang semakin baik.
3. Bapak Romy Loice, S.T., M.T. dan Ibu Paulina Kus Ariningsih, S.T., M.Sc. selaku dosen penguji sidang skripsi yang telah bersedia menguji dan memberikan masukan untuk menyelesaikan tahap akhir dari skripsi.
4. Pihak-pihak dari Perusahaan X yang sudah bersedia untuk diwawancarai untuk mendapatkan data, permasalahan dan mengkomunikasikan usulan yang ada sehingga penelitian ini dapat memberikan dampak yang lebih terasa.
5. Seluruh responden yang telah bersedia diwawancarai untuk mendukung jalannya penelitian.
6. Keluarga penulis yang sudah mendukung dalam segala bentuk dari awal perkuliahan hingga saat ini.
7. Tiffany, Cornelius, Rifky, Devin, Sherly, Nadia yang sudah menghibur, membantu dan memberikan dukungan selama pengerjaan skripsi.
8. Teman-teman di INHA *University* yang sudah menemani, menghibur, dan memberikan dukungan selama pembuatan skripsi di Korea Selatan.

9. Seluruh tempat yang dikunjungi penulis untuk mengerjakan skripsi, khususnya Kota Baru Parahyangan dan area *Incheon*.
10. Teman-teman Teknik Industri UNPAR lainnya yang sudah memberikan dukungan sampai saat ini dan datang di seminar skripsi.

Penulis berharap agar penelitian ini dapat digunakan untuk peneliti-peneliti berikutnya sebagai bahan referensi, usulan yang telah diajukan juga diharapkan dapat membantu Perusahaan X untuk semakin berkembang kedepannya. Penelitian ini juga tidak sempurna dan memiliki banyak kekurangan, penulis terbuka terhadap seluruh saran dan gagasan yang diberikan. Terima kasih.

Bandung, 05 Agustus 2022

(Ricky Gunarto)

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	I-1
I.1 Latar Belakang Masalah	I-1
I.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah	I-4
I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian.....	I-14
I.4 Tujuan Penelitian	I-14
I.5 Manfaat Penelitian	I-14
I.6 Metodologi Penelitian	I-15
I.7 Sistematika Penulisan	I-17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	II-1
II.1 Adopsi Teknologi	II-1
II.2 <i>Food Delivery</i>	II-2
II.3 UTAUT2	II-4
II.4 <i>Information Quality</i>	II-6
II.5 Metode Pengumpulan Data.....	II-6
II.6 Skala	II-8
II.7 PLS-SEM	II-10
BAB III PENGOLAHAN DATA	III-1
III.1 Model Penelitian	III-1
III.2 Variabel Penelitian	III-3
III.3 Pengumpulan Data	III-15
III.3.1 Pre-Test Kuesioner Penelitian.....	III-16
III.3.2 Uji Outlier Data	III-17

III.4 Profil Responden.....	III-19
III.5 Pengolahan Data.....	III-24
III.5.1 Evaluasi Model Pengukuran	III-26
III.5.2 Evaluasi Model Struktural	III-35
BAB IV ANALISIS	IV-1
IV.1 Analisis PLS-SEM.....	IV-1
IV.2 Analisis Hasil Pengolahan Data	IV-3
IV.3 Analisis Variabel Model	IV-6
IV.4 Usulan Peningkatan Niat Pakai <i>Habit</i>	IV-11
IV.5 Usulan Peningkatan Niat Pakai <i>Information Quality</i>	IV-17
IV.6 Rekapitulasi Usulan	IV-23
BAB V KESIMPULAN SARAN	V-1
V.1 Kesimpulan	V-1
V.2 Saran.....	V-1

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Rekapitulasi Alasan Penggunaan Aplikasi Pemesanan Makanan....	I-9
Tabel I.2	Pendapat Responden yang Menggunakan Fitur Pemesanan Makanan Aplikasi X.....	I-10
Tabel I.3	Responden yang Tidak Menggunakan Fitur Pemesanan Makanan Aplikasi X.....	I-10
Tabel III.1	Hipotesis Penelitian.....	III-5
Tabel III.2	Operasionalisasi Variabel	III-6
Tabel III.3	Rekapitulasi Hasil Pre-Test Kuesioner Penelitian	III-16
Tabel III.4	<i>Mahalanobis Distance</i>	III-18
Tabel III.5	<i>Construct Reliability and Validity</i>	III-26
Tabel III.6	<i>Outer Loading</i>	III-27
Tabel III.7	<i>Cross Loading</i>	III-29
Tabel III.8	<i>Fornell-larcker Criterion</i>	III-33
Tabel III.9	<i>Inner VIF</i>	III-35
Tabel III.10	<i>Inner VIF</i> setelah Perbaikan	III-36
Tabel III.11	<i>Path Coefficients</i>	III-37
Tabel III.12	Hasil Uji Hipotesis	III-38
Tabel III.13	Nilai R^2	III-39
Tabel III.14	<i>Path Coefficients</i> Generasi Z	III-41
Tabel IV.1	Rekapitulasi Usulan	IV-24

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Pengeluaran Digital Masyarakat Indonesia Selama Pandemi	I-2
Gambar I.2	Aplikasi Pemesanan Makanan Terpopuler di Indonesia	I-4
Gambar I.3	<i>Research Model UTAUT2</i>	I-12
Gambar I.4	Metodologi Penelitian	I-15
Gambar II.1	Peta Persebaran Perusahaan OFD yang Mendominasi	II-3
Gambar III.1	Model Penelitian	III-2
Gambar III.2	Umur Responden	III-19
Gambar III.3	Area Domisili.....	III-20
Gambar III.4	Pekerjaan Responden.....	III-21
Gambar III.5	Aplikasi Paling Sering Digunakan	III-21
Gambar III.6	Frekuensi Penggunaan Aplikasi Pemesanan Makanan	III-22
Gambar III.7	Biaya Satu Kali Pemesanan.....	III-23
Gambar III.8	Pengguna Fitur Pemesanan Makanan Pada Aplikasi X.....	III-24
Gambar III.9	Model Penelitian	III-25
Gambar III.10	Model Penelitian setelah <i>PLS Algorithm</i>	III-26
Gambar III.11	Model Akhir Penelitian.....	III-39
Gambar III.12	Model Penelitian untuk Generasi Z.....	III-40
Gambar IV.1	Fitur Misi	IV-14
Gambar IV.2	<i>Badge</i> Restoran.....	IV-19
Gambar IV.3	Informasi Pada Laman Awal	IV-22
Gambar IV.4	Kategori Makanan	IV-22

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A KUESIONER PENELITIAN	A-1
---------------------------------------	-----

BAB I

PENDAHULUAN

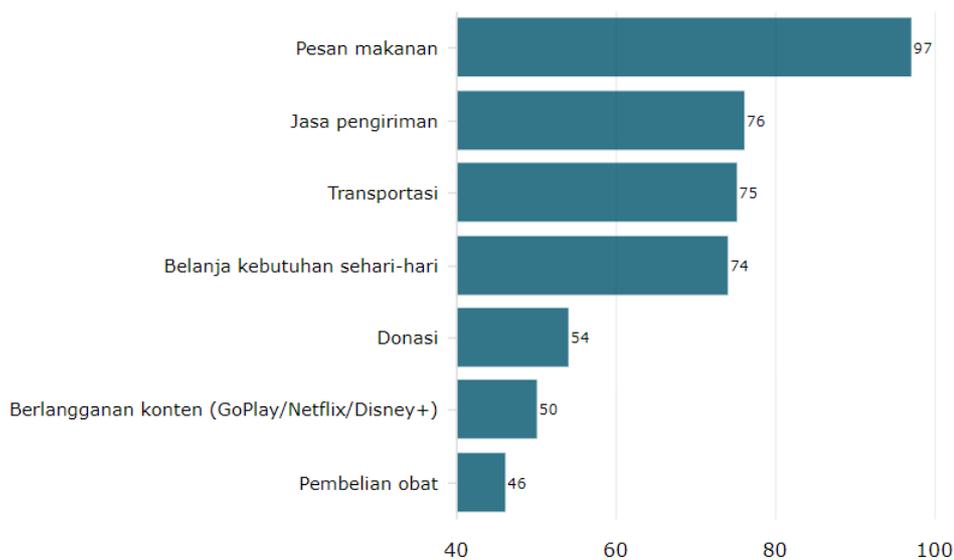
Pada bagian ini akan dijelaskan terkait tahap awal dibentuknya penelitian dan diberikan alasan dilakukannya penelitian. Dapat dilihat latar belakang, tujuan, dan hal lainnya yang mendasari penelitian. Kumpulan hal ini berguna untuk dijadikan sebagai fondasi penelitian.

I.1 Latar Belakang Masalah

Era digital ditunjukkan melalui perkembangan informasi teknologi yang signifikan dan mulai mempengaruhi berbagai aspek dalam kehidupan manusia. Menurut Lau (2003), era digital adalah suatu era dimana informasi dapat disebarluaskan, diakses serta dipergunakan secara meluas dalam bentuk elektronik. Salah satu perkembangan yang terlihat pada era digital adalah kehadiran dari teknologi *e-commerce*. Menurut Sutabri (2012), *e-commerce* merupakan kegiatan pembelian dan perdagangan barang atau jasa yang dilakukan melalui media elektronik berupa internet, situs dan lainnya. Seluruh kegiatan dalam *e-commerce* terhubung dalam suatu jaringan. Melalui *e-commerce*, seluruh kegiatan transaksi dan penyimpanan data dilakukan secara digital. Hal tersebut menimbulkan kegiatan jual beli yang jauh lebih efektif serta efisien. *E-commerce* sudah mulai mendominasi di beberapa negara khususnya negara Indonesia. Berdasarkan Statista (2021), sebanyak 59% dari 3763 responden telah melakukan pembelian secara *online* pada bulan Mei 2020. Fenomena peningkatan penggunaan *e-commerce* ini didukung oleh situasi pandemi yang sedang terjadi. Menurut Statista (2020), perkembangan *e-commerce* di Indonesia sendiri sudah mencapai 178,9 juta pada tahun 2022. Angka ini akan terus meningkat sampai tahun 2025. Dapat dilihat adanya popularitas yang terus mengalami kenaikan pada dunia *e-commerce*.

Salah satu program atau aplikasi *e-commerce* yang saat ini sedang populer di Indonesia adalah aplikasi pemesanan makanan. Berdasarkan We Are Social (2021), Indonesia menempati peringkat pertama pada penggunaan aplikasi pemesanan makanan bagi pengguna internet dengan persentase sebesar 74,4%.

Hal ini menunjukkan bahwa hampir seluruh masyarakat Indonesia yang memiliki akses terhadap internet telah menggunakan aplikasi pemesanan makanan. Maka dari itu, dapat dikatakan bahwa aplikasi pemesanan makanan sudah memiliki tingkat popularitas yang tinggi di Indonesia. Fenomena ini juga semakin didukung oleh situasi pandemi COVID-19 yang sedang terjadi. Berdasarkan survei dari CLSA Indonesia (2021), sebanyak 70% dari 450 responden semakin sering melakukan pemesanan makanan secara *online* saat pandemi. Berdasarkan hal tersebut dapat dilihat adanya suatu *trend* pemesanan makanan di Indonesia. Berdasarkan Riset Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia (2020), pemesanan makanan merupakan tipe pengeluaran secara digital terbesar yang dilakukan oleh masyarakat Indonesia selama pandemi. Gambar I.1 adalah grafik yang menunjukkan hal tersebut.



Gambar I.1 Pengeluaran Digital Masyarakat Indonesia Selama Pandemi
(Sumber: Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia, 2020)

Gambar I.1 menunjukkan bahwa pengeluaran untuk pemesanan makanan mendominasi seluruh jenis pengeluaran digital yang ada. Kondisi pandemi mengharuskan masyarakat untuk tinggal di rumah dan ini menjadi pendorong bagi mereka untuk melakukan pemesanan makanan. Berbagai kondisi ini menciptakan pasar yang baik bagi aplikasi pemesanan makanan di Indonesia. Hal tersebut terbukti dari prediksi yang menyatakan bahwa pendapatan dari pemesanan makanan di Indonesia akan memiliki pertumbuhan tahunan sebesar

9,33% hingga tahun 2026. Pada tahun 2022 sendiri saja diperkirakan akan dicapai pendapatan sebesar kurang lebih 16 triliun rupiah. Jumlah pengguna dari aplikasi pemesanan makanan di Indonesia akan mencapai sebanyak 35,8 juta pada tahun 2026 (Statista, 2021). Hal ini tentunya menjadi daya tarik bagi beragam perusahaan untuk masuk ke pasar tersebut dan bersaing. Persaingan yang terjadi di pasar tersebut tidaklah mudah dan diperlukan usaha lebih dari setiap perusahaan pemesanan makanan untuk dapat bertahan. Salah satu perusahaan yang mulai masuk untuk bersaing di pasar ini adalah Perusahaan X.

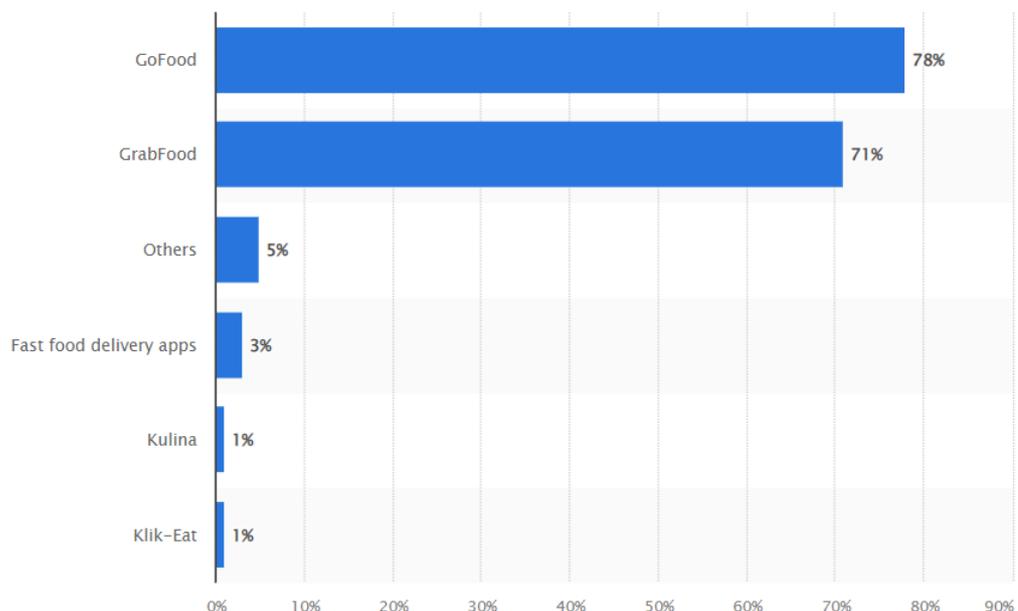
Perusahaan X mencari perubahan yang sesuai untuk aplikasinya selama masa pandemi. Maka dari itu, pada Oktober 2020, pihak dari Perusahaan X mengembangkan fitur makanannya menjadi layanan yang dapat digunakan untuk pemesanan makanan secara *online*. Fitur ini mulai digunakan di wilayah Jabodetabek kemudian meluas ke wilayah Bandung dan Bali. Kini, telah terdapat puluhan ribu restoran yang sudah bekerja sama dengan perusahaan X di area Bogor, Depok, Jakarta, Bekasi dan Tangerang. Telah terjadi kenaikan *traffic* pada fitur pemesanan makanan tersebut saat diberlakukannya PPKM level 4 (Setyowati, 2021). Situasi pandemi ini sangat menguntungkan bagi perusahaan X, namun di sisi lain, pesaing lainnya seperti Go Food dan Shopee Food juga mengalami peningkatan yang serupa. Hal tersebut menjadi tantangan bagi pihak perusahaan X untuk bersaing dan menaikkan popularitasnya di pasar yang sudah ketat persaingannya.

Fitur pemesanan makanan dari perusahaan X sendiri merupakan aplikasi pemesanan makanan yang dapat dikatakan masih baru. Perusahaan X perlu bersaing dengan aplikasi pemesanan makanan lainnya yang sudah besar dan mendominasi. Hal tersebut menjadi tantangan bagi perusahaan X untuk terus mengembangkan aplikasinya khususnya fitur pemesanan makanannya. Dibutuhkan jumlah user yang banyak bagi perusahaan X untuk dapat bersaing, namun aplikasi yang baru ini membutuhkan proses yang panjang sebelum akhirnya diterima dan digunakan oleh masyarakat. Menurut Rogers (1983), terdapat sebanyak lima tahapan dalam mengadopsi suatu inovasi. Kelima tahapan tersebut adalah *awareness*, *interest*, *evaluation*, *trial* dan *adoption*. Seseorang akan melalui seluruh tahapan ini sebelum akhirnya menggunakan dan memercayai sesuatu yang baru. Terdapat banyak faktor yang dapat mempengaruhi seseorang dalam proses adopsi tersebut. Faktor-faktor tersebut

dapat meningkatkan ataupun menurunkan niat pakai dari suatu teknologi. Kumpulan faktor inilah yang hendak dicari tahu secara mendalam untuk memahami adopsi dari fitur pemesanan makanan pada aplikasi X.

I.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

Terdapat beragam aplikasi pemesanan yang menjadi pilihan masyarakat Indonesia, diantaranya adalah Go Food, Grab Food dan Shopee Food. Menurut survei yang dilakukan oleh Rakuten Insight (2021) dalam Statista (2022), aplikasi pemesanan makanan terpopuler sampai pada bulan Agustus 2021 adalah Go Food (78%) disusul oleh Grab Food (71%) dan aplikasi pemesanan makanan lainnya (5%). Kedua aplikasi pemesanan makanan ini memiliki proporsi yang besar bila dibandingkan dengan aplikasi pemesanan makanan lainnya yang berada di Indonesia. Gambar I.2 adalah grafik penggunaan dari aplikasi pemesanan makanan di Indonesia.



Gambar I.2 Aplikasi Pemesanan Makanan Terpopuler di Indonesia
(Sumber: Statista, 2022)

Pada Gambar I.2 dapat dilihat bahwa Go Food dan Grab Food masih mendominasi penggunaan aplikasi pemesanan makanan secara *online* di Indonesia. Dominasi ini sangatlah besar sehingga diperlukan usaha yang ekstra bagi para pesaing untuk dapat menyaingi kedua perusahaan tersebut. Terdapat

juga hasil riset yang dilakukan oleh Snapcart Indonesia (2021), riset tersebut dilakukan terhadap 500 pemilik restoran untuk melihat aplikasi pemesanan makanan yang digunakan. Ditemukan sebanyak 82% sudah menggunakan Grab Food, 71% menggunakan Go Food dan 28% menggunakan Shopee Food. Riset juga dilakukan terhadap 570 pengguna aplikasi makanan dan ditemukan bahwa Grab Food merupakan aplikasi yang paling sering digunakan dengan rata-rata penggunaan sebanyak enam kali setiap bulannya. Shopee Food sendiri peluncurannya baru dilakukan secara resmi pada tahun 2021 namun sudah memiliki tingkat penggunaan yang cukup tinggi, sebanyak 12% responden sudah menjadikan Shopee Food sebagai pilihannya. Berdasarkan Badan Riset Tenggara Strategics, Shopee Food mengalahkan Grab Food sebagai aplikasi yang diprioritaskan konsumen. Melalui hal ini dapat dilihat bahwa Shopee Food memiliki kesuksesan yang terlampau tinggi dalam waktu yang singkat. Dari sekian banyak aplikasi pemesanan makanan yang ada, hanya terdapat beberapa aplikasi yang mendominasi dan memang digunakan oleh masyarakat sehari-hari. Namun, tidak menutup kemungkinan bagi perusahaan lainnya untuk mengembangkan aplikasi pemesanan makanan di negara Indonesia yang memiliki pasar berpotensi besar seperti yang dapat dilihat pada Gambar I.1 dan juga perkiraan pendapatan yang tinggi dari sektor pemesanan makanan di Indonesia. Salah satu perusahaan yang melihat peluang ini adalah Perusahaan X.

Perusahaan X merupakan sebuah perusahaan teknologi yang memberikan layanan pembelian produk akomodasi, keuangan, kendaraan dan kebutuhan keseharian lainnya. Aplikasi dari Perusahaan X sendiri merupakan aplikasi pemesanan *travel and lifestyle* yang terpopuler di Asia Tenggara. Hal ini telah terbukti melalui beragam survei yang telah dilakukan. Menurut survei yang dilakukan oleh Rakuten Insight (2020), Aplikasi X merupakan aplikasi *travel agencies* terpopuler di Indonesia dengan proporsi pengguna sebesar 86% dari total responden yang mengikuti survei. Terdapat juga survei lainnya yang dilakukan Alvara Research (2019) terhadap 1024 responden yang memiliki identitas milenial dan menggunakan aplikasi *e-commerce*, survei tersebut menemukan bahwa sebanyak 79% responden merupakan pengguna aplikasi X. Selain itu, total pengunduhan aplikasi X sudah dilakukan lebih dari 40 juta kali. Jumlah pengunduhan ini merupakan yang terbanyak di Asia Tenggara untuk aplikasi *travel and lifestyle*. Berdasarkan sekumpulan data ini dapat dikatakan

bahwa popularitas dari Aplikasi X sudah tidak dapat dipungkiri lagi. Pada tahun 2018, Aplikasi X membuat layanan baru pada aplikasinya yaitu fitur pemesanan makanan.

Wawancara dengan pihak dari Aplikasi X dilakukan untuk memperdalam pengetahuan terkait latar belakang munculnya fitur pemesanan makanan dan target yang hendak dicapai. Pihak pertama yang diwawancarai bekerja pada departemen *technology* atau *engineering* dari aplikasi X. Pihak berikutnya berasal dari departemen yang mengatur relasi eksternal dari fitur pemesanan makanan pada aplikasi X. Fitur makanan pada Aplikasi X sudah diluncurkan sejak tahun 2018. Pada mulanya, fitur tersebut hanya menawarkan *voucher restaurant* untuk konsumen yang ingin melakukan *dine in*. Fitur makanan ini menyediakan sekumpulan rekomendasi restoran di berbagai kota, rekomendasi diberikan secara lengkap dengan ulasan dari berbagai pengguna. Layanan ini terintegrasi langsung dengan Aplikasi X dan dapat secara langsung diakses pada aplikasi tersebut. Setelah terjadi pandemi, situasi *dine in* tidak lagi memungkinkan untuk dilakukan oleh konsumen sehingga voucher yang ditawarkan menjadi tidak terpakai. Maka dari itu, perusahaan X mulai mencari cara baru yang dapat mengakomodasi konsumen di situasi pandemi. Pada akhirnya, diluncurkanlah fitur *delivery* atau pemesanan makanan pada aplikasi X. Fitur pemesanan makanan ini terintegrasi dengan aplikasi utama yang menyediakan beragam servis lainnya yang sudah terkenal seperti pemesanan hotel, transportasi dan kebutuhan lainnya.

Beragam fitur pada aplikasi utama tersebut membuat fitur pemesanan makanan cukup sulit untuk terekspos. Peluncuran dari fitur pemesanan makanan pada aplikasi X ini juga bersamaan dengan peluncuran fitur pemesanan makanan pada salah satu aplikasi *e-commerce* yang sudah cukup besar di Indonesia. Hal tersebut membuat fitur pemesanan makanan pada aplikasi X semakin sulit untuk terekspos. Selain itu, pada awalnya terdapat beberapa masalah atau keluhan yang dirasakan dari pihak konsumen pada fitur tersebut seperti makanan yang tidak datang dan fitur pembayaran yang masih menggunakan transfer dari berbagai bank di Indonesia. Fitur pemesanan makanan ini masih menggunakan *driver* dari pihak ketiga sehingga seringkali pengiriman makanan tidak berjalan dengan lancar. Selain dari pihak konsumen, pihak *merchant* juga mengalami beberapa masalah seperti order makanan yang tidak terlihat. *Merchant* harus melakukan pengecekan terlebih dahulu terhadap suatu aplikasi yang memunculkan notifikasi

pemesanan makanan sehingga prosesnya masih manual dan dapat terlewatkan. Dapat dilihat bahwa fitur pemesanan makanan pada aplikasi X ini memiliki beberapa masalah yang mempengaruhi proses pemesanan makanan yang dilakukan oleh konsumen. Beragam masalah ini dapat dilihat sebagai faktor yang mempengaruhi penggunaan fitur pemesanan makanan pada aplikasi X.

Fitur pemesanan makanan ini mengalami perkembangan seiring dengan berjalannya waktu seperti penambahan fitur "*Recommended for You*" yang dapat memberikan saran makanan yang disesuaikan dengan cuaca atau preferensi konsumen yang lainnya. Perkembangan lainnya adalah *rating* dan *review* terhadap makanan-makanan yang ada. Perkembangan dari segi operasional juga dilakukan melalui transisi kepemilikan driver makanan yang awalnya menggunakan pihak ketiga, kini fitur pemesanan makanan pada Aplikasi X sudah memiliki ribuan *driver* yang tersebar di beberapa kota besar seperti Bandung dan Jakarta. Aplikasi X juga mengadakan beragam strategi *marketing* untuk mempromosikan fitur pemesanan makanannya, salah satu strategi yang dilakukan adalah pembuatan program yang mencari masyarakat yang aktif menggunakan media sosial dan tertarik dalam dunia kuliner. Masyarakat yang mengikuti program ini akan mendapatkan kelas pembelajaran seperti *personal branding* sekaligus mempromosikan makanan-makanan yang ada di fitur pemesanan makanan mereka.

Beragam perkembangan dan upaya ini dilakukan agar Aplikasi X dapat lebih terekspos ke masyarakat luas dan meningkatkan jumlah pengguna pada fitur pemesanan makanannya sehingga dapat semakin bersaing dengan aplikasi pemesanan makanan lainnya di Indonesia. Perusahaan X menginginkan fitur pemesanan makanan ini untuk menjadi pilihan utama yang relevan dalam konteks pemesanan makanan dan digunakan oleh banyak orang untuk memesan makanan setiap harinya seperti fitur lainnya yang sudah terkenal pada aplikasi X yaitu pemesanan hotel, transportasi dan lainnya. Hal ini menjadi tujuan dan arah pengembangan yang hendak dicapai oleh pihak perusahaan X terhadap fitur pemesanan makanannya. Agar hal tersebut dapat tercapai maka tentunya fitur pemesanan makanan harus memiliki jumlah pengguna yang lebih banyak.

Fitur pemesanan makanan pada aplikasi X masih kalah bersaing dengan aplikasi pemesanan makanan lainnya di Indonesia, seperti dapat dilihat pada Gambar I.2 yang menunjukkan bahwa proporsi penggunaan aplikasi pemesanan

makanan Fitur X dengan beberapa aplikasi pemesanan makanan lainnya masih termasuk ke dalam bagian 5%. Melalui berbagai survey yang telah dilakukan juga terlihat bahwa aplikasi andalan saat ini masih dipegang oleh Go Food, Grab Food dan Shopee Food. Maka dari itu, terlihat adanya adopsi yang masih cukup rendah pada fitur pemesanan makanan di Aplikasi X sehingga hendak dilihat terkait faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi seseorang dalam menggunakan suatu aplikasi pemesanan makanan secara lebih lanjut khususnya pada fitur pemesanan makanan di aplikasi X. Pertama, akan dilakukan terlebih dahulu penelitian pendahuluan dalam bentuk wawancara singkat kepada sekumpulan responden. Wawancara ditujukan untuk mendapatkan gambaran awal terkait dengan penggunaan dan pemilihan aplikasi pemesanan makanan. Responden yang dituju adalah seluruh orang yang pernah menggunakan aplikasi pemesanan makanan. Wawancara dilakukan kepada 30 orang dengan susunan pertanyaan sebagai berikut.

1. Berapa umur anda saat ini?
2. Aplikasi pemesanan makanan apa yang paling sering anda gunakan?
3. Kenapa anda sering menggunakan aplikasi makanan di atas?
4. Selain aplikasi diatas, aplikasi apa yang juga pernah anda gunakan?
5. Apa yang mendasari anda untuk memilih sebuah aplikasi pada saat ingin melakukan pesanan makanan?
6. Seberapa sering anda menggunakan aplikasi pemesanan makanan tersebut dalam kurun waktu satu minggu?
7. Apakah anda pernah menggunakan fitur pemesanan makanan pada aplikasi X?
8. Jika pernah, apakah kelebihan dan kekurangan dari fitur pemesanan makanan pada aplikasi X?
9. Jika tidak pernah, apakah alasan anda tidak menggunakan fitur pemesanan makanan pada aplikasi X?

Dari 30 responden yang menjawab, sebanyak 36,7% responden paling sering menggunakan aplikasi Go Food, lalu disusul oleh Shopee Food (33,3%) dan Grab Food (30%). Alasan penggunaan untuk setiap aplikasi akan dipaparkan melalui Tabel I.1.

Tabel I.1 Rekapitulasi Alasan Penggunaan Aplikasi Pemesanan Makanan

Aplikasi Pemesanan Makanan	Alasan Penggunaan
Go Food	User interface bagus, mudah dan praktis menggunakannya, ada promo, driver mudah di track
Shopee Food	Pembayaran mudah, gerai makanan lengkap, banyak promo, mudah digunakan
Grab Food	Sudah umum digunakan, mudah digunakan, user interface menarik dan mudah digunakan, pembayaran mudah, ada promo, restoran lengkap

Dapat dilihat pada Tabel I.1 bahwa alasan penggunaan dari setiap aplikasi selalu diisi oleh kemudahan pemakaian, responden menyukai aplikasi pemesanan makanan yang penggunaannya simpel, cepat dan membuat nyaman. Selain dari aplikasi yang menjadi andalan, responden juga pernah mencoba aplikasi pemesanan makanan yang lainnya. Aplikasi terbanyak yang pernah digunakan dari seluruh responden adalah Go Food, Grab Food dan Shopee Food dengan proporsi sama. Terdapat beberapa alasan yang menjadi dasar bagi beberapa pengguna dalam memakai suatu aplikasi makanan. Alasan-alasan tersebut adalah promo yang disediakan suatu aplikasi, pemakaian aplikasi yang mudah dan simpel, metode pembayaran yang mudah, kelengkapan dari gerai makanan, pengaruh dari orang sekitar yang menggunakan, kelancaran aplikasi dan tampilan aplikasi yang menarik. Seluruh alasan ini dapat menjadi faktor yang menentukan pengadopsian dari suatu aplikasi pemesanan makanan. Melalui pertanyaan keenam, ditemukan jawaban terbanyak untuk frekuensi penggunaan aplikasi makanan dalam kurun waktu satu minggu adalah sebanyak satu hingga tiga kali dengan proporsi 56,7%.

Terdapat sebanyak 12 dari 30 responden yang sudah pernah menggunakan fitur pemesanan makanan pada aplikasi X. Responden yang telah menggunakan fitur pemesanan makanan tersebut sudah memiliki pengalaman terkait proses pemesanan makanan dengan aplikasi X. Maka dari itu, responden yang bersangkutan akan ditanyakan terkait keunggulan dan kekurangan dari fitur pemesanan makanan pada aplikasi X. Tabel I.2 adalah rekapitulasi jawaban dari para responden yang telah menggunakan fitur pemesanan makanan tersebut sebelumnya.

Tabel I.2 Pendapat Responden yang Menggunakan Fitur Pemesanan Makanan Aplikasi X

Kelebihan	Kekurangan
Sudah ada promo menarik	Tampilan masih kurang menarik
Gratis ongkir	Terlalu banyak fitur (menyatu dengan fitur lain di fitur pemesanan makanan pada aplikasi X) sehingga menjadi ribet
	Tidak terdapat media komunikasi dengan driver, sulit untuk tracking driver
	Minimal transaksi terlalu besar
	Pilihan restaurant sedikit
	Pembayaran sulit
	Aplikasi terlalu penuh dengan pilihan (hotel, pesawat, dsb)
	Kategori makanan sedikit

Dapat dilihat pada Tabel I.2 bahwa kebanyakan responden masih memiliki keluhan terhadap fitur pemesanan makanan tersebut. Keunggulan yang dirasakan oleh kebanyakan responden adalah promo yang menarik dan ongkir yang gratis. Fitur pada aplikasi X tersebut masih memiliki banyak kekurangan dari segi pemakaian, fitur hingga tampilannya. Berbagai kekurangan ini dapat menghambat proses penggunaan aplikasi sehingga membuat pengguna tidak puas. Hal ini dapat menjadi suatu permasalahan yang dapat mempengaruhi adopsi teknologi dari fitur pemesanan makanan pada aplikasi X. Maka dari itu, dibutuhkan analisis lebih lanjut untuk memperbaiki dan meninjau permasalahan yang ada. Selain daripada responden yang pernah menggunakan fitur pemesanan makanan pada aplikasi X, terdapat beberapa responden lainnya yang tidak pernah menggunakannya. Tabel I.3 adalah rekapitulasi jawaban dari beberapa orang yang tidak pernah menggunakan fitur tersebut.

Tabel I.3 Responden yang Tidak Menggunakan Fitur Pemesanan Makanan Aplikasi X

Alasan tidak menggunakan	Frekuensi Jawaban
Tidak terdapat banyak variasi restoran	2
Tidak tahu ada aplikasi tersebut, orang sekitar tidak memakai	5
Promosi yang disediakan tidak banyak	3
Interface buruk	8
Pembayaran rumit	5
Pemakaian sulit	2

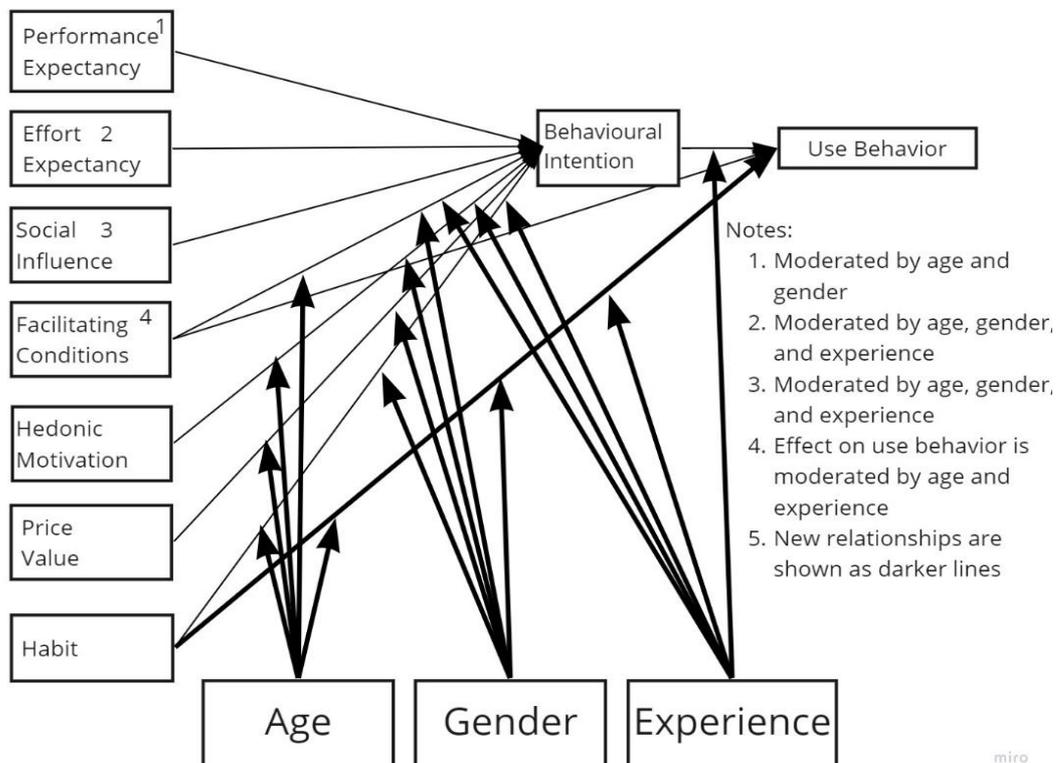
Berdasarkan dari Tabel I.3 dapat dilihat bahwa kebanyakan dari responden yang tidak menggunakan fitur pemesanan makanan pada aplikasi X merasa bahwa *interface* atau tampilan dari aplikasi tersebut tidaklah baik. Terdapat beberapa responden lainnya juga yang tidak pernah mendengar dan

mengetahui fitur pemesanan makanan pada aplikasi X sebelumnya. Metode pembayaran yang cukup sulit juga menjadi salah satu alasan dari beberapa responden untuk memilih aplikasi pemesanan makanan yang lain. Alasan-alasan ini menjadi penyebab bagi responden untuk memilih aplikasi pemesanan makanan yang lain dibandingkan dengan fitur pemesanan makanan pada aplikasi X. Maka dari itu, dapat dilihat suatu permasalahan adopsi teknologi dimana masyarakat masih belum dapat menggunakan fitur pemesanan makanan pada aplikasi X sebagai aplikasi pemesanan makanan. Perlu dilakukan analisis secara lebih lanjut untuk memastikan hal tersebut.

Melalui identifikasi masalah ini, ditemukan permasalahan adopsi teknologi dimana fitur pemesanan makanan pada aplikasi X masih belum banyak digunakan. Perusahaan X menginginkan fitur ini untuk menjadi lebih familiar dan semakin sering digunakan oleh banyak masyarakat di kehidupan sehari-hari mereka. Permasalahan adopsi teknologi seperti ini dapat dianalisis dengan beragam model. Salah satu model yang sering digunakan dan cocok untuk masalah seperti ini adalah model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* atau UTAUT. Model UTAUT yang dikemukakan oleh Venkatesh et al., (2003) menganalisis suatu kesanggupan dan sikap seseorang dalam pengadopsian atau penggunaan suatu teknologi yang didasarkan dari kumpulan variabel. Menurut Lee et al., (2019), UTAUT2 memiliki kekuatan untuk menjelaskan yang lebih baik dalam konteks penerimaan teknologi jika dibandingkan dengan TAM. Dapat dilihat bahwa UTAUT2 memiliki basis yang kuat. Terdapat sekumpulan variabel yang dijadikan sebagai alat ukur untuk melihat adopsi dari suatu teknologi. Terdapat sebanyak empat variabel independen utama yang dimiliki oleh model UTAUT, variabel-variabel tersebut adalah *performance expectancy*, *social influence*, *effort expectancy* dan *facilitating conditions*. Model UTAUT ini ditujukan untuk adopsi teknologi bagi para pegawai. Berdasarkan hal tersebut dapat dilihat bahwa konteks penggunaannya masih dalam situasi pekerjaan.

Melalui model UTAUT tersebut, dapat di analisis penerimaan suatu teknologi oleh seseorang dalam lingkup organisasi. Berdasarkan hal tersebut, model UTAUT ini masih belum dapat melihat aspek psikologis yang mempengaruhi suatu adopsi teknologi di lingkup masyarakat secara luas. Hal ini dapat terjadi karena model UTAUT tidak ditujukan untuk konteks konsumen

sehingga diperlukan modifikasi agar model UTAUT dapat digunakan untuk menganalisis teknologi yang digunakan oleh masyarakat luas di beragam kondisi lingkungan. Maka dari itu, dikembangkanlah UTAUT2 yang merupakan penambahan konsep pada model UTAUT awal, terdapat sebanyak tiga konsep yang ditambahkan ke dalam model UTAUT awal yaitu *hedonic motivation*, *price value* dan *habit* (Venkatesh, Thong and Xu, 2012). Ketiga konsep ini mengarahkan model UTAUT ke dalam konteks penggunaan dan juga penerimaan teknologi bagi konsumen. Menurut Rondan-Cataluña, Arenas-Gaitán dan Ramírez-Correa (2015), pada konteks atau lingkup konsumen, UTAUT2 memberikan performansi yang lebih baik dibandingkan dengan model lainnya seperti TAM, TRA, TPB, model motivasional, gabungan TAM dan TPB, teori kognitif sosial, utilisasi PC, dan teori difusi inovasi. Maka dari itu, model UTAUT2 cocok untuk digunakan dalam konteks permasalahan ini yang menganalisis teknologi fitur pemesanan makanan pada aplikasi X bagi konsumen atau masyarakat yang menggunakan aplikasi *mobile* seperti aplikasi pemesanan makanan. Gambar I.3 adalah gambar dari model UTAUT2.



Gambar I.3 Research Model: UTAUT2
(Sumber: Venkatesh, Thong and Xu, 2012)

Melalui penelitian yang dilakukan oleh Rasli et al., (2020), model UTAUT2 di modifikasi dengan penambahan variabel berupa kualitas informasi sebagai salah satu faktor yang dapat mempengaruhi *behavioural intention* dari *online food delivery*. Menurut Negash, Ryan dan Igbaria (2003), kualitas informasi adalah suatu kegunaan yang diterima oleh user, kegunaan atau fungsi ini berasal dari keluaran sistem. Melalui kualitas informasi, seorang pengguna diharapkan mendapatkan sesuatu yang berharga dan dapat memenuhi kebutuhannya. Kualitas informasi melihat validitas, kegunaan dan nilai dari informasi yang diberikan kepada pengguna. Informasi yang berkualitas akan menjawab kebutuhan dari pengguna. Dapat dikatakan bahwa variabel kualitas informasi melihat seberapa baik dan efektif informasi yang disampaikan kepada *user*. Kualitas informasi menjadi salah satu aspek penting dalam menjalin hubungan antara pembeli dan penjual. Maka dari itu, variabel kualitas informasi dapat ditambahkan pada model UTAUT2 untuk menganalisis adopsi teknologi dari Fitur X. Selain itu, ditambahkan juga variabel moderasi berupa umur. Terdapat beberapa penelitian yang menunjukkan bahwa umur memiliki suatu pengaruh dalam konteks penggunaan teknologi, khususnya aplikasi *mobile*. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Tan dan Ooi (2018), umur memoderasi *facilitating conditions* terhadap *behavioural intention* dengan objek berupa *mobile tourism shopping behaviour*.

. Model UTAUT2 cocok karena sudah mengarah kepada penggunaan teknologi dalam konteks konsumen. Model akan berfokus pada *behavioural intention* atau niat pakai dari suatu teknologi. Pada penelitian ini adalah niat pakai dari fitur pemesanan makanan pada aplikasi X. Berdasarkan model yang ada, akan dilakukan analisis terhadap variabel-variabel yang mempengaruhi niat pakai fitur pemesanan makanan pada aplikasi X. Melalui penelitian ini akan diberikan usulan-usulan terkait adopsi teknologi Fitur X untuk perangkat *handphone*, sehingga diharapkan masyarakat dapat mulai menggunakan fitur pemesanan makanan pada aplikasi X. Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka berikutnya dapat dirumuskan beberapa masalah dalam penelitian ini.

1. Faktor apa saja yang secara signifikan mempengaruhi niat pakai fitur pemesanan makanan pada aplikasi X?

2. Berdasarkan faktor yang telah ditemukan, usulan apa saja yang dapat diberikan untuk meningkatkan niat pakai terhadap fitur pemesanan makanan pada aplikasi X?

I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Pada subbab ini akan dijelaskan terkait batasan dan asumsi yang dibuat untuk penelitian. Batasan dibuat untuk mempersempit fokus penelitian agar terarah untuk mencapai tujuan yang jelas. Batasan dalam penelitian adalah penelitian hanya dilakukan sampai pada tahap pengajuan usulan tanpa melihat dampak dari penerapan usulan

Setelah membentuk batasan masalah, berikutnya terdapat asumsi yang juga dibuat untuk penelitian. Asumsi berguna melengkapi batasan masalah agar lingkup penelitian semakin jelas. Asumsi dalam penelitian adalah fitur pemesanan makanan pada aplikasi X tidak mengalami perubahan atau penambahan fitur selama penelitian berlangsung

I.4 Tujuan Penelitian

Pada bagian ini akan dibahas terkait tujuan dilakukannya penelitian ini. Tujuan dibuat untuk mengetahui arah dari penelitian. Berikut adalah beberapa tujuan untuk penelitian ini.

1. Mencari tahu terkait variabel-variabel yang dapat mempengaruhi niat pakai teknologi fitur pemesanan makanan pada aplikasi X
2. Membuat usulan untuk meningkatkan niat pakai fitur pemesanan makanan pada aplikasi X

I.5 Manfaat Penelitian

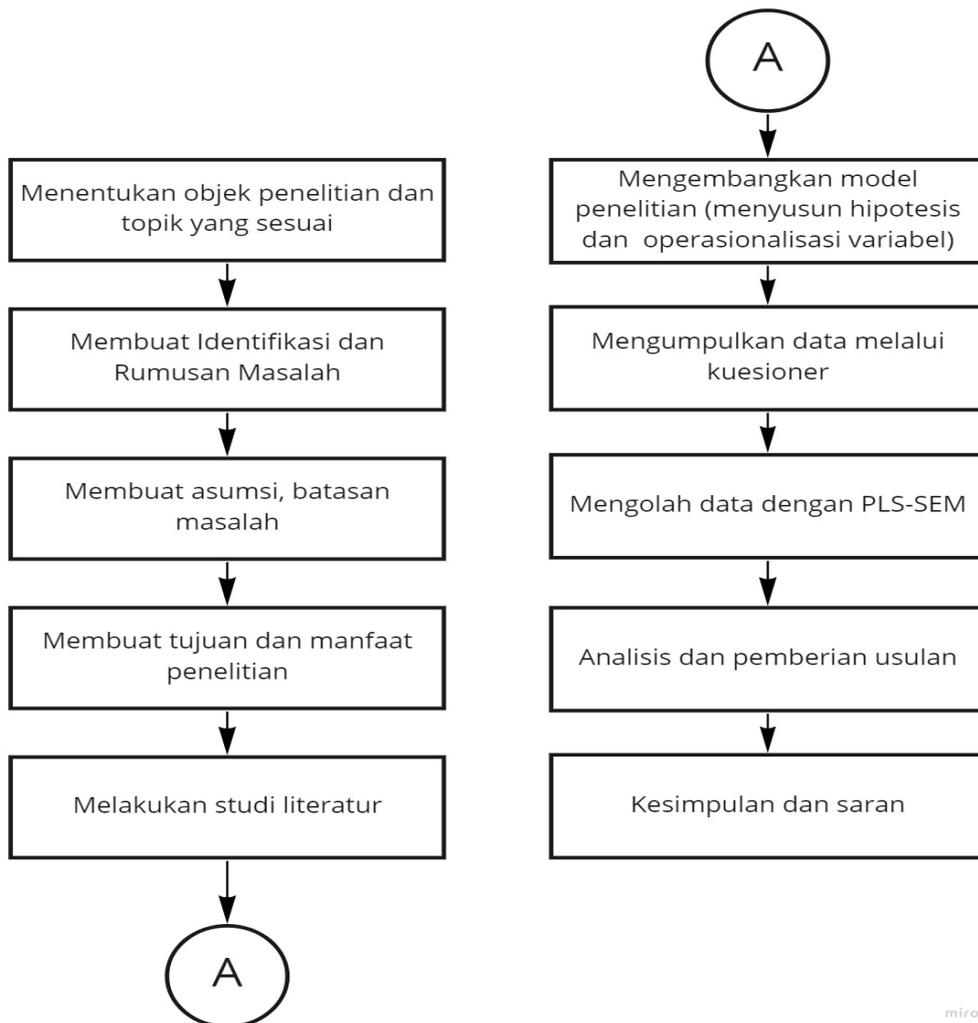
Melalui bagian ini, akan diberikan penjelasan terkait manfaat yang didapatkan dari pelaksanaan penelitian. Manfaat penelitian dapat dirasakan oleh penulis, pemilik masalah serta pembaca. Berikut adalah manfaat-manfaat yang akan didapatkan bagi pemilik masalah dan pembaca.

1. Bagi pemilik masalah
 - a. Dapat mengetahui dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi niat pakai fitur pemesanan makanan pada aplikasi X

- b. Dapat membuat perbaikan dan peningkatan kualitas terhadap fitur pemesanan makanan pada aplikasi X
2. Bagi pembaca
- a. Memahami konsep dari adopsi teknologi
 - b. Menggunakan penelitian sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya

I.6 Metodologi Penelitian

Pada subbab ini akan diberikan penjelasan terkait metodologi penelitian. Metodologi penelitian ini berguna sebagai penggambaran secara luas terhadap proses penelitian yang akan dilakukan. Gambar I.4 adalah langkah-langkah metodologi penelitian terkait adopsi teknologi fitur pemesanan makanan pada Aplikasi X.



Gambar I.4 Metodologi Penelitian

1. Penentuan Objek Penelitian
Pada awal penelitian, perlu ditentukan terlebih dahulu objek dari penelitian. Objek disesuaikan dengan topik penelitian yang hendak dilakukan. Objek tersebut akan menjadi fokus utama dan di analisis permasalahannya sehingga penelitian memiliki tujuan untuk mengatasi masalah tersebut. Pada penelitian ini, objek utama nya adalah fitur pemesanan makanan pada aplikasi X.
2. Identifikasi dan Penelitian Pendahuluan
Tahap berikutnya setelah menentukan objek adalah mengidentifikasi secara lebih detil terkait masalah yang dimiliki oleh objek. Dilakukan juga penelitian pendahuluan dalam bentuk wawancara singkat untuk melakukan perbandingan dan mengetahui masalah dari sisi pengguna secara lebih mendalam. Penelitian pendahuluan berguna sebagai pengantar sebelum menganalisis dengan model tertentu.
3. Penentuan Batasan dan Asumsi Penelitian
Perlu ditentukan beberapa batasan pada penelitian agar fokus dari penelitian tidak terlalu luas. Asumsi juga dibutuhkan agar penelitian lebih sejalan dengan tujuan. Batasan dan asumsi berusaha untuk mengarahkan penelitian agar lebih tepat.
4. Penentuan Tujuan dan Manfaat Penelitian
Suatu penelitian membutuhkan tujuan agar diketahui arah dari dilakukannya penelitian. Manfaat penelitian juga menjadi penting agar mengetahui apakah hasil penelitian dapat diimplementasikan untuk sesuatu yang berguna.
5. Studi Literatur
Dilakukan pengumpulan teori secara menyeluruh untuk memperkuat penelitian terkait adopsi teknologi. Dilakukan pencarian terkait model yang tepat untuk digunakan, dalam penelitian ini adalah UTAUT2 yang telah di modifikasi dengan *information quality* dan ditambahkan variabel moderasi berupa umur. Selain itu, dilakukan pencarian juga terkait metode pengolahan yang tepat yaitu dengan menggunakan PLS-SEM.
6. Penentuan Variabel dari Jurnal dan Pembuatan Hipotesis
Pada tahap ini akan ditentukan seluruh indikator dari setiap variabel yang digunakan sesuai dengan model UTAUT2 yang telah dimodifikasi dan

dibuat hipotesis penelitian yang hendak diteliti. Indikator didapatkan dari penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya. Penentuan indikator ini berguna untuk menjelaskan variabel laten yang ada.

7. Pengumpulan Data

Data untuk penelitian akan dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner ditujukan untuk responden yang pernah menggunakan aplikasi pemesanan makanan. Pada kuesioner, responden akan menjawab pertanyaan umum dan menilai indikator dari variabel yang telah ditentukan. Kuesioner akan menggunakan jenis skala likert pada pengisiannya.

8. Pengolahan Data

Data yang telah dikumpulkan akan diolah dengan menggunakan PLS-SEM. Data akan diuji validitas dan reliabilitasnya. Setelah itu akan dilakukan evaluasi model pengukuran dan struktural sesuai dengan langkah pada PLS-SEM. Aplikasi yang digunakan adalah SmartPLS 3.0.

9. Analisis dan Pemberian Usulan

Data yang telah diolah akan di analisis secara mendalam. Analisis ini bertujuan untuk menemukan usulan yang tepat. Usulan diharapkan dapat memperbaiki objek penelitian sehingga menjadi lebih baik.

10. Kesimpulan dan Saran

Pada tahap ini akan dibuat kesimpulan yang memberikan gambaran terkait seluruh prosedur penelitian yang telah dilakukan beserta hasil yang didapatkan. Pada bagian saran akan diberikan usulan yang dapat membantu jalannya penelitian serupa kedepannya. Saran berguna agar kesalahan yang serupa tidak terjadi lagi.

I.7 Sistematika Penulisan

Pada bagian ini akan diberikan penjelasan terkait alur penulisan pada penelitian. Penulisan terbagi ke dalam lima bagian bab. Pada setiap bab akan dibahas aspek yang berbeda dari penelitian. Berikut adalah penjelasan dari setiap babnya.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian ini akan dibahas latar belakang dilakukannya penelitian, hal yang memicu dimulainya penelitian terkait aplikasi pemesanan makanan. Diberikan juga penjelasan terkait identifikasi masalah untuk objek penelitian, pembatasan masalah serta asumsi penelitian yang dibuat untuk mendukung jalannya penelitian, tujuan serta manfaat penelitian hingga metodologi penelitian dan sistematikanya.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada BAB II akan dibahas terkait seluruh dasar teori atau studi literatur yang menjadi basis serta mendukung penelitian ini. Teori yang dicari dan dicamtungkan berfokus kepada aspek-aspek utama penelitian seperti konsep adopsi teknologi, model penelitian berupa UTAUT2, metode pengolahan yaitu PLS-SEM, skala pengukuran, konsep *food delivery*, variabel independen tambahan yaitu *information quality*, dan metode pengumpulan data yang dilakukan untuk mendapatkan data responden.

BAB III PENGOLAHAN DATA

Pada bagian berikutnya akan dilakukan pengumpulan dan pengolahan data responden. Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner dengan metode yang telah ditetapkan. Data yang telah didapatkan ini akan diuji *outlier*, kemudian diolah menggunakan metode PLS-SEM dengan perangkat lunak SmartPLS. Hasil olahan ini akan menunjukkan signifikansi dari setiap variabel sehingga dapat diberikan usulan untuk meningkatkan variabel yang signifikan guna meningkatkan niat pakai fitur pemesanan makanan pada aplikasi x.

BAB IV ANALISIS

Pada BAB IV, diberikan analisis menyeluruh untuk setiap hal yang belum ter jelaskan dan membutuhkan deskripsi lebih lanjut. Analisis dilakukan terhadap metode PLS-SEM, variabel model, hasil pengolahan data. Selain itu, diberikan usulan untuk variabel yang berpengaruh secara signifikan dengan menggunakan wawancara, studi literatur dan

perbandingan yang sesuai dengan aplikasi pemesanan makanan lainnya. Terakhir, diberikan rekapitulasi usulan yang diberikan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada BAB terakhir diberikan kesimpulan serta saran penelitian. Kesimpulan dituliskan untuk menjawab tujuan penelitian yang telah dirancang diawal. Saran diberikan untuk dijadikan sebagai pegangan untuk penelitian berikutnya yang membahas topik serupa.