ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN APLIKASI *DELIVERY* MAKANAN *ONLINE* PADA SHOPEEFOOD

RINGKASAN SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana

Disusun Oleh:

Ade Putri Wulandari

1119 30692

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA

YOGYAKARTA

MEI 2023

TUGAS AKHIR

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN APLIKASI *DELIVERY* MAKANAN *ONLINE* PADA SHOPEEFOOD

Dipersiapkan dan disusun oleh:

ADE PUTRI WULANDARI

Nomor Induk Mahasiswa: 111930692

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada tanggal 31 Mei 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi (S.Ak.)

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing	Penguji
Theresia Trisanti, Dr., M.B.A., Ak., CA.	Deden Iwan Kusuma, Drs., M.Si., Ak., CA.

Yogyakarta, 31 Mei 2023
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua

Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adakah pengaruh persepsi kebermanfaatan, perpsepsi kemudahan pengguna, dan perbedaan harga terhadap pengguna Shopeefood. Populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat umum yang pernah menggunakan Shopeefood sebagai aplikasi *delivery* makanan *online* dan bertempat tinggal di seluruh Indonesia. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer yang diperoleh melalui kuesioner dengan menggunakan skala likert yamg dibagikan kepada responden melalui google form. Jenis penelitian ini menggunakan metode dan teknik analisis data diolah menggunakan analisis data deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji analisis regresi berganda, dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kebermanfaatan dan perbedaan harga memiliki pengaruh positif pada pengguna Shopeefood, sedangkan persepsi kemudahan pengguna berpengaruh negatif pada pengguna Shopeefood.

Kata kunci: persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan pengguna, perbedaan harga, dan pengguna Shopeefood.

ABSTRACT

This study aims to determine whether there is an effect of perceived usefulness, perceived user convenience, and price differences on Shopeefood users. The population in this study is the general public who have used Shopeefood as an online food delivery application and live throughout Indonesia. The sample used in this study amounted to 100 respondents. The data used in this study are primary data obtained through a questionnaire using a Likert scale which was distributed to respondents via the Google form. This type of research uses data analysis methods and techniques processed using descriptive data analysis, data quality testing, classical assumption testing, multiple regression analysis testing, and hypothesis testing. The results of this study indicate that perceived usefulness and price differences have a positive effect on Shopeefood users, while perceived user convenience has a negative effect on Shopeefood users.

Keywords: *perceived usefulness, perceived ease of use, price differences, and Shopeefood users.*

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PENDAHULUAN

Di era globalisasi ini kita dihadirkan percepatan perkembangan yang semakin maju, salah satunya adalah perkembangan teknologi. Teknologi saat ini semakin berkembang seiring berjalannya dengan kebutuhan manusia. Pesatnya kemajuan teknologi dapat digunakan sebagai media untuk berkomunikasi satu sama lain, menyebarluaskan informasi dan mencari informasi. Perkembangan teknologi dapat memudahkan kehidupan masyarakat, karena manfaatnya yang bisa langsung dirasakan oleh masyarakat umum. Shopee pertama kali diluncurkan pada tahun 2015 dan menawarkan layanan pesan antar makanan *online* sejak April 2020 (https://careers.shopee.co.id/about). Tren pesan antar makanan *online* saat ini terjadi karena dampak perilaku masyarakat yang beradaptasi dari kebiasaan yang berbeda selama pandemi COVID-19. Masyarakat mulai membiasakan diri menerapkan jarak untuk menghindari risiko peneluran virus COVID-19, merasa lebih aman untuk melakukan pembelian makanan secara *online* dibandingkan harus mengunjungi restorannya secara langsung. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat menggunakan Shopeefood yaitu, persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan pengguna, dan perbedaan harga. Persepsi kebermanfaatan merupakan manfaat yang diberikan oleh suatu aplikasi, kepada para pengguna sehingga mereka berminat untuk menggunakan aplikasi tersebut. Persepsi kemudahan pengguna berfungsi untuk mempermudah penggunaan suatu sistem aplikasi sehingga para pengguna berminat untuk menggunakan aplikasi tersebut. Perbedaan harga atau selisih harga yang mencolok mungkin menjadi salah satu pertimbangan saat menggunakan aplikasi tersebut.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

TINJAUAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan suatu bentuk analisis yang dibuat untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan teknologi oleh para pengguna (Davis, Bagozzi, & Warshaw, 1986). Davis mengembangkan TAM berdasarkan *Theory of Reasoned Action* (TRA) dan *Theory of Planned Behavior* (TBP). TAM sering dianggap sebagai bagian penting dari penelitian yang mempelajari faktor-faktor yang memengaruhi perilaku dalam menerima dan menggunakan sistem informasi (Cheong & Park, 2005). Menurut TAM, pengadopsian teknologi informasi dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan yang dirasakan (*perceived ease of use*). Kedua pandangan tersebut dapat memengaruhi sikap terhadap pemanfaatan teknologi. Sikap pemanfaatan dalam TAM diartikan sebagai sikap penerimaan atau penolakan terhadap sistem saat seseorang memanfaatkan teknologi dalam pekerjaannya.

Persepsi Kebermanfaatan

Menurut Davis (1986) persepsi kebermanfaatan merupakan kepercayaan seseorang terhadap suatu teknologi yang dapat meningkatkan suatu kinerja dari suatu pekerjaan. Apabila semakin besar manfaat yang diberikan oleh sebuah sistem aplikasi bagi para pengguna, maka akan dapat memberi pengaruh terhadap minat pengguna dalam menggunakan suatu sistem aplikasi.

Persepsi Kemudahan Pengguna

Persepsi kemudahan pengguna merupakan persepsi seseorang tentang kemudahan dalam menggunakan suatu sistem aplikasi, sehingga tidak membutuhkan usaha yang lebih untuk mengoperasikan sistem aplikasi tersebut. Apabila semakin banyak fitur yang ditawarkan oleh

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

suatu sistem aplikasi untuk mempermudah penggunaan, maka akan semakin besar pula minat para pengguna untuk menggunakan suatu aplikasi.

Perbedaan Harga

Harga adalah faktor terpenting yang mempengaruhi pilihan konsumen, oleh karena itu Shopeefood menawarkan *voucher* diskon, *voucher* gratis ongkos kirim, dan harga khusus pada tanggal tertentu guna menarik minat konsumen. Konsumen berekspektasi terhadap harga yang tertera pada harga menu tersebut dapat lebih murah setelah menggunakan *voucher* diskon maupun *voucher* gratis ongkos kirim.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Terhadap Penggunaan Shopeefood

Persepsi kebermanfaatan dirasakan mengacu dalam sejauh mana seorang percaya bahwa memakai teknologi tertentu menaikkan kinerja kerja (Davis, 1986). Adamson dan Shine (2003) mendefinisikan persepsi kebermanfaatan menjadi tingkat keyakinan seorang bahwa memakai teknologi tertentu bisa menaikkan kinerjanya. Maka rumusan hipotesis yang pertama yaitu:

H1: Persepsi kebermanfaatan berpengaruh positif terhadap sikap pengguna (*attitude toward using*) pada penggunaan Shopeefood

Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Shopeefood

Persepsi kemudahan penggunaan dirasakan mengacu pada sejauh mana seorang percaya bahwa sistem tertentu gampang digunakan (Davis, 1986). Persepsi kemudahan penggunaan didasarkan pada sejauh mana pengguna potensial mengharapkan sistem baru mudah digunakan. Jika teknologi dipersepsikan mudah dan sederhana, hal ini mempengaruhi sikap terhadap niat untuk menggunakan teknologi tersebut. Maka rumusan hipotesis yang kedua yaitu:

H2: Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh negatif terhadap sikap pengguna pada penggunaan Shopeefood.

Pengaruh Perbedaan Harga Terhadap Penggunaan Shopeefood

Menurut Tjitno (2015) definisi dari harga ialah pengorbanan total yang dilakukan konsumen untuk mendapatkan produk atau layanan. Dapat juga dikatakan bahwa harga menentukan nilai suatu produk atau jasa. Perbedaan atau selisih harga yang mencolok mungkin menjadi salah satu pertimbangan saat menggunakan aplikasi pengiriman bahan makanan online. Ini adalah salah satu

repository.stieykpn.ac.id

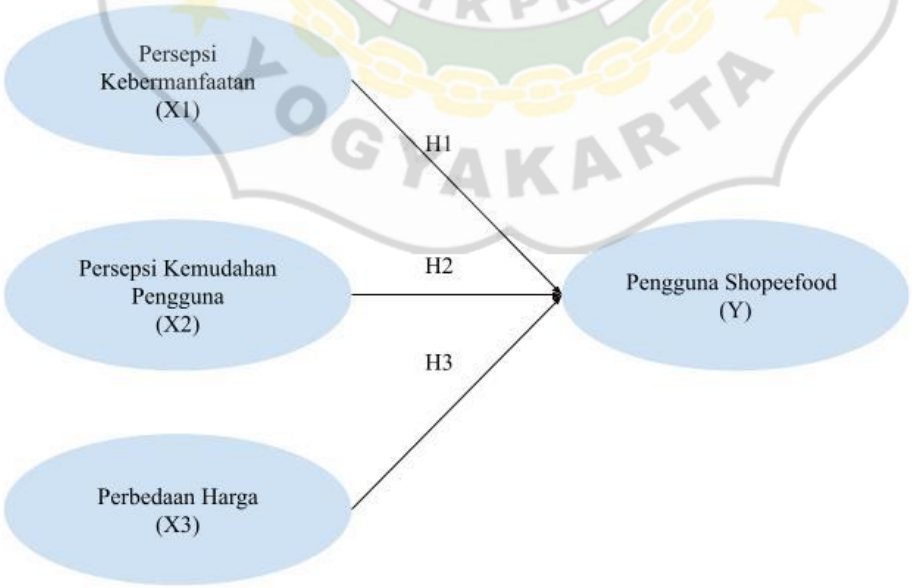
PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

penerapan prinsip ekonomi, yaitu pengorbanan yang sekecil mungkin untuk hasil yang sebesar-besarnya.

H3: Perbedaan harga berpengaruh positif terhadap sikap pengguna pada penggunaan Shopeefood.

Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian merupakan rancangan penelitian antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) yang saling berhubungan, yang termasuk variabel independen (X) antara lain : persepsi kebermanfaatan (X1), persepsi kemudahan pengguna (X2), dan perbedaan harga (X3), serta variabel dependen (Y) yaitu : minat penggunaan aplikasi Shopeefood (Y). Dari uraian di atas dapat digambarkan model penelitian sebagai berikut :



repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

METODE PENELITIAN

Ruang Lingkup Penelitian

Analisis pada penelitian ini adalah meneliti pengaruh persespi kebermanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, dan perbedaan harga terhadap sikap penggunaan layanan *online food delivery* (OFD) pada Shopeefood. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini dilakukan mulai Maret 2023 hingga Mei 2023.

Populasi dan Sampel Penelitian

Dalam penelitian ini yang digunakan sebagai populasi untuk penelitian adalah pengguna aplikasi Shopeefood yang pernah melakukan pembelian minimal 2 kali. Sedangkan sampel merupakan sebagian dari individu yang mempunyai kriteria yang dapat mewakili populasi.

Metode dan Teknik Analisis

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif merupakan cara menganalisis data yang bertujuan untuk memberikan gambaran umum atau generalisasi, menghitung nilai terendah, tertinggi, rata-rata, dan deviasi standar dari data (Algifari, 2010).

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk memverifikasi instrumen pengukuran dengan menggunakan kuesioner. Instrumen dianggap valid jika respons yang diberikan oleh responden pada survei secara konsisten sesuai dengan variabel yang sedang diukur.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berfungsi sebagai bukti bahwa suatu instrumen pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Instrumen pengukur dapat dianggap andal jika hasil yang diperoleh konsisten dari uji tersebut, menggunakan instrumen pengukur yang sama dan dilakukan secara berulang.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas adalah suatu proses untuk memastikan apakah data yang diperoleh melalui kuesioner memiliki distribusi normal atau tidak. Data dikatakan memiliki distribusi normal jika jumlah data di bawah dan di atas nilai rata-rata sama.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan suatu metode yang dipakai buat menguji apakah masih ada hubungan antara variabel bebas pada model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas merupakan untuk mengetahui apakah masih ada perbedaan variance pada model regresi antara satu penelitian menggunakan penelitian lainnya.

Analisis Regresi Linear Berganda

Penelitian ini dilakukan untuk mengevaluasi hubungan antara dua variabel bebas (independen) atau lebih terhadap satu variabel terikat (dependen). Model ini memprediksi adanya korelasi garis lurus antara variabel bebas dan variabel terikat

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Uji Hipotesis

Uji F

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas (independen) memprediksi variabel terkait (dependen) dengan andal. Pengujian ini dapat dilakukan dengan cara membandingkan F tabel dan F hitung.

Uji t

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk mengetahui dampak variabel independen pada variabel dependen dengan cara parsial. Pengujian ini dapat dilakukan dengan membandingkan nilai t tabel dan t hitung.

Uji Koefisien Determinasi

Tujuan dari pengujian koefisien determinasi merupakan untuk mengetahui seberapa jauh variabel bebas dapat menyebutkan variabel terikat. Rentang nilai koefisien determinasi merupakan 0-1, semakin mendekati nilai satu menerangkan bahwa variabel bebas dapat menaruh seluruh informasi yang diperlukan

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini yang menjadi responden adalah masyarakat umum yang pernah menggunakan Shopeefood paling tidak 2 kali. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden. Pada penelitian ini, peneliti mengelompokkan responden ke dalam beberapa kriteria yaitu: jenis kelamin (*gender*), usia, pekerjaan, dan jangka waktu penggunaan.

Uji Validitas Instrumen

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Persepsi Kebermanfaatan (X1)	X1.p1	0,755	0,195	Valid
	X1.p2	0,793	0,195	Valid
	X1.p3	0,844	0,195	Valid
	X1.p4	0,755	0,195	Valid
	X1.p5	0,779	0,195	Valid
	X1.p6	0,810	0,195	Valid
	X2.p7	0,716	0,195	Valid
Persepsi Kemudahan Pengguna (X2)	X2.p1	0,898	0,195	Valid
	X2.p2	0,869	0,195	Valid
	X2.p3	0,901	0,195	Valid
	X2.p4	0,857	0,195	Valid
	X2.p5	0,707	0,195	Valid
	X2.p6	0,910	0,195	Valid
Perbedaan Harga (X3)	X3.p1	0,832	0,195	Valid
	X3.p2	0,848	0,195	Valid
	X3.p3	0,875	0,195	Valid
	X3.p4	0,820	0,195	Valid
Pengguna Shopeefood (Y)	Y.p1	0,740	0,195	Valid
	Y.p2	0,824	0,195	Valid

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

	Y.p3	0,676	0,195	Valid
	Y.p4	0,771	0,195	Valid

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa r hitung > r tabel artinya semua item pertanyaan dari setiap variabel dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	*Cronbach's Alpha*	Batas Minimum	Keterangan
Persepsi Kebermanfaatan	0,889	0,60	Reliabel
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,918	0,60	Reliabel
Perbedaan Harga	0,860	0,60	Reliabel
Pengguna Shopeefood	0,746	0,60	Reliabel

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk masing-masing variabel > 0,6, maka variabel-variabel tersebut dapat dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.81146182
Most Extreme Differences	Absolute	.087
	Positive	.050
	Negative	-.087
Test Statistic		.087
Asymp. Sig. (2-tailed)[c]		.059

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Berdasarkan hasil uji normalitas di atas, diketahui nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,059. Artinya nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Multikoleniaritas

Variabel	Tolerance	VIF
Persepsi Kebermanfaatan	0,555	1,802
Persepsi Kemudahan Pengguna	0,651	1,536
Perbedaan Harga	0,645	1,550

Pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai VIF kurang dari 10 dan nilai toleransi lebih dari 0,10 pada setiap variabel, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi gejala multikoleniaritas.

Uji Heteroskedastisitas

Variabel	**Sig.**
Persepsi Kebermanfaatan	0,288
Persepsi Kemudahan Pengguna	0,121
Perbedaan Harga	0,244

Pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics Tolerance	Collinearity Statistics VIF
1	(Constant)	3.275	1.310		2.500	.014		
	X1	.322	.055	.550	5.800	<,001	.555	1.802
	X2	.010	.056	.016	.186	.853	.651	1.536
	X3	.192	.071	.237	2.703	.008	.645	1.550

a. Dependent Variable: Y

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Model regresi yang didapatkan dari hasil uji analisis regresi berganda di atas adalah sebagai berikut:

Y = 3,275 + 0,322X1 + 0,010X2 + 0,192X3+ e

Uji Simultan (Uji F)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	354.452	3	118.151	34.915	<,001[b]
	Residual	324.858	96	3.384		
	Total	679.310	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Berdasarkan hasil uji F di atas, maka dapat diketahui bahwa nilai 34,915 > F tabel 2,70 dan tingkat signifikansi < 0,05 artinya hipotesis Ha didukung.

Uji Parsial (t)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics Tolerance	Collinearity Statistics VIF
1	(Constant)	3.275	1.310		2.500	.014		
	X1	.322	.055	.550	5.800	<,001	.555	1.802
	X2	.010	.056	.016	.186	.853	.651	1.536
	X3	.192	.071	.237	2.703	.008	.645	1.550

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil output uji parsial di atas, maka dapat diperoleh kesimpulan yaitu, variabel X1 dan X3 dalam penelitian ini memiliki nilai sig < 0,05 maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Y artinya hipotesis diterima. Sedangkan variabel X2 dalam penelitian ini tidak diterima.

Koefisien Determinasi (R2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.722[a]	.522	.507	1.83955

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Berdasarkan tabel hasil uji koefisien determinasi di atas, dapat dilihat nilai *Adjusted R Square* 0,507 atau 50,7% yang berarti variabel independen dalam penelitian ini mampu menafsirkan variabel dependen 50,7% dan sisanya 49,3% dijelaskan oleh variabel lain.

Pembahasan

1. Persepsi kebermanfaatan pada minat dalam penggunaan Shopeefood dalam uji regresi terdapat pengaruh positif yang signifikan antara persepsi kebermanfaatan pada minat masyarakat dalam penggunaan Shopeefood, yang berarti responden merasa Shopeefood memberikan manfaat untuk pengguna dalam melakukan transaksi. Dengan demikian hipotesis H1 diterima.

2. Persepsi kemudahan pengguna pada minat dalam penggunaan Shopeefood dalam uji regresi terdapat pengaruh negatif antara persepsi kemudahan pada minat dalam penggunaan Shopeefood, yang berarti responden merasa bahwa Shopeefood tidak memberikan kemudahan untuk para pengguna dalam melakukan transaksi. Dengan demikian hipotesis H2 tidak didukung.

3. Perbedaan harga pada minat dalam penggunaan Shopeefood dalam uji regresi terdapat pengaruh positif yang signifikan antara perbedaan harga pada minat masyarakat dalam penggunaan Shopeefood, yang berarti responden merasa Shopeefood memberikan harga yang menarik untuk pengguna dalam melakukan transaksi. Dengan demikian hipotesis H3 diterima.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Persepsi kebermanfaatan memiliki pengaruh positif pada minat masyarakat dalam penggunaan aplikasi Shopeefood, hal ini dikarenakan rata-rata para pengguna merasa mendapatkan manfaat ketika bertransaksi menggunakan aplikasi Shopeefood. Manfaat yang didapatkan yaitu para

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

pengguna dapat dengan mudah dan cepat dalam melakukan pembelian makanan secara online, serta dapat dilakukan kapanpun dan di manapun

Persepsi kemudahan pengguna berpengaruh negatif terhadap minat masyarakat dalam menggunakan Shopeefood sebagai aplikasi *delivery* makanan *online*. Hal ini dikarenakan tidak semua pengguna merasa memperoleh kemudahan ketika melakukan pembelian makanan secara *online* melalui Shopeefood.

Perbedaan harga berpengaruh positif signifikan pada minat masyarakat dalam menggunakan Shopeefood. Hal ini dikarenakan perbedaan harga yang diberikan Shopeefood kepada para pengguna lebih murah dibandingkan membeli secara langsung, dikarenakan Shopeefood seringkali memberikan voucher diskon , sehingga masyarakat tertarik untuk membeli makanan secara online melalui Shopeefood.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini menggunakan sampel sebagian besar dari kalangan mahasiswa, sehingga kesimpulan berdasarkan sudut pandang mahasiswa peneliti selanjutnya diharapkan memperluas penelitian terhadap pekerja atau sampel dari kota lain.

Saran

Bagi pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan, khususnya yang berminat dan ingin menggunakan Shopeefood dan mengetahui lebih jauh tentang aplikasi ini dengan menggunakan Shopeefood sebagai media untuk transaksi pembelian makanan secara *online*. Bagi peneliti-peneliti selanjutnya, diharapkan melakukan penyempurnaan dengan melakukan penelitian menggunakan lingkup yang lebih luas dan mampu mempertimbangkan variabel lain yakni berupa variabel *food safety concern, online customer review,* dan *affordable*

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

value yang belum diteliti dalam penelitian ini sehingga akan mendapatkan hasil yang lebih maksimal. Bagi perusahaan Shopee diharapkan bisa meningkatkan promosi yang lebih luas, dan dapat menambah fitur yang berkualitas seperti pembelian dengan potongan harga dapat dilakukan tanpa menggunakan Shopeepay sebagai pembayaran sehingga dapat memenuhi seluruh kebutuhan pengguna Shopeefood.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR PUSTAKA

Adamson, I., & Shine, J. (2003). *Extending the new technology acceptance model to measure the end user information systems satisfaction in a mandatory environment: A bank's treasury*, 441-455.

Algifari. (2010). *Statistika Deskriptif Plus* . Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan STIM YKPN.

Cheong, H. J., & Park, M. C. (2005). Mobile Internet Acceptance in Korea. Internet Research.

Davis, F. D. (1986). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*.

Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1986). *User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models*.

Tjitono, F. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi Keempat.* Yogyakarta: Andi Offset.

repository.stieykpn.ac.id