

Pengaruh menu online restoran terhadap niat pembelian konsumen studi pada Shopee Food di 8 Kota Besar di Pulau Jawa = The effect of online restaurant menus on consumer purchase intention study on Shopee Food in 8 Big Cities on Java Island

Muhammad Aldy Bagaztian, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20523892&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari faktor hubungan antara menu online restoran terhadap niat pembelian konsumen selama pandemi COVID-19 (studi pada Shopee Food di 8 Kota Besar di Pulau Jawa) serta penelitian ini dilakukan di 8 Kota Besar di Pulau Jawa yang lebih tepatnya di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi, Bandung, Surabaya, & Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan data primer dari kuisioner dengan skala likert 1-6, pengambilan sampling dengan menggunakan non-probability sampling, dengan screening pada pengguna layanan delivery apps yang pernah melakukan pembelian makanan atau minuman melalui aplikasi Shopee Food. Penelitian ini menemukan bahwa daya tarik visual menu berpengaruh positif signifikan terhadap keinginan untuk makan. Persepsi risiko COVID-19 juga berpengaruh positif signifikan terhadap keinginan untuk makan. Namun disisi lain ternyata persepsi risiko COVID-19 mempunyai pengaruh negatif signifikan terhadap kenyamanan yang dirasakan dari pemesanan makanan secara online. Penelitian ini menggunakan metode Structural Equation Method (SEM) yang diolah dengan software AMOS versi 22.....This study aims to determine the influence of the relationship factor between restaurant online menus on consumer purchase intentions during the COVID-19 pandemic (study on Shopee Food in 8 big cities on Java Island) and this research was conducted in 8 major cities on the island of Java, more precisely in Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi, Bandung, Surabaya, & Yogyakarta.. This study uses primary data from a questionnaire with a Likert scale of 1-6, sampling using non-probability sampling, by screening users of delivery apps services who have purchased food or beverages through the Shopee Food application. This study found that the visual appeal of the menu had a significant positive effect on the desire to eat. The perceived risk of COVID 19 also had a significant positive effect on the desire to eat. On the other hand, it turns out that the perception of the risk of COVID-19 has a significant negative effect on the perceived convenience of ordering food online. This study uses the Structural Equation Method (SEM) which is processed with AMOS version 22 software.