

ABSTRAK

Yosia Sanjaya (01011190262)

“PERAN APLIKASI MAKANAN PADA NIAT PEMBELIAN KEMBALI: SEBUAH STUDI TERHADAP GOFOOD”

(xiv + 103 halaman, 7 gambar, 26 tabel, 5 lampiran)

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji pengaruh antara *effort expectancy*, *information quality*, *perceived usefulness*, *perceived risk*, *social influence* dan *trust* terhadap *repurchase intention* di aplikasi layanan Gofood. Perkembangan teknologi memberikan sarana bagi berbagai industri untuk menciptakan inovasi dan peluang. Salah satu industri yang cepat beradaptasi adalah industri pesan antar makanan. Penggunaan aplikasi layanan pesan antar Gofood, sangatlah populer di Indonesia. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner elektronik. Data yang terkumpul akan diolah dan dianalisis dengan menggunakan perangkat lunak *smartpls 3.3.9*. Penelitian ini akan melakukan pengujian awal dengan menggunakan 30 responden, selanjutnya dilakukan pengujian aktual dengan 167 responden untuk mendapatkan hasil analisis yang mendalam. Penelitian ini mengumpulkan 167 jumlah sampel yang dipilih berdasarkan pengguna aplikasi Gofood yang menggunakan aplikasi lebih dari 2 kali selama 3 bulan terakhir. Penelitian ini sangat penting bagi Gofood untuk meningkatkan layanan aplikasi mereka dan mencapai kepuasan pelanggan sehingga penggunanya melakukan pembelian kembali menggunakan aplikasi Gofood. Setelah dilakukannya pengolahan data, penelitian dapat disimpulkan bahwa *perceived usefulness*, *information quality*, *perceived risk*, dan *trust* tidak berpengaruh positif terhadap *repurchase intention*. *Effort expectancy* dan *social influence* berpengaruh positif terhadap *repurchase intention*.

Kata kunci : *effort expectancy*, *information quality*, *perceived usefulness*, *perceived risk*, *social influence*, *trust*, *repurchase intention*.

Referensi : 111 (2000-2023)