

## ABSTRACT

*The progression of time and technology continues to bring about changes, and the current business landscape has undergone a transformation in perspective. Adapting to change and fostering innovation have become imperative for survival in a competitive environment. Companies must constantly anticipate and embrace change, as it presents opportunities for growth while leaving behind those who resist it. This study aims to understand the impact of various factors on repurchase intention in the context of online food delivery (OFD) in Jakarta, specifically examining how customer satisfaction and trust mediate this relationship. The findings of this research are expected to provide valuable insights for merchants, enabling them to focus on improving the factors that influence customers' purchase intentions. According to Sugiyono (2016), research methodology is a systematic approach used to gather data for specific purposes. In this study, a quantitative research method was employed, aligning with the philosophy of positivism. This method involves studying specific populations or samples, collecting data through research instruments, analyzing the data quantitatively and statistically, and aiming to test predetermined hypotheses. The results of this study support previous research findings that highlight the significance of customer satisfaction as a stronger mediator compared to trust. Therefore, this research contributes to the understanding of the factors influencing repurchase intention in the context of online food delivery (OFD) in Jakarta.*

*Keywords :*

*Price Value; Health Consciousness; Visibility, Affordances; Food Safety Concern; Prestige; Customer Satisfaction; Trust; Repurchase Intention*

## ABSTRAK

Perkembangan zaman dan teknologi terus berubah serta persaingan yang terjadi saat ini telah mengubah cara pandang suatu bisnis. Tuntutan akan perubahan adalah suatu keharusan karena hanya mereka yang siap untuk berubah dan berinovasi yang bertahan. Perusahaan harus selalu mengantisipasi terjadinya sesuatu yang berubah karena dengan adanya perubahan akan ada peluang bagi yang baru dan yang lama akan tertinggal. Dengan mengetahui pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi repurchase intention dimediasi customer satisfaction dan trust sebagai moderasi dalam *online food delivery* (OFD) di Jakarta, diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan yang dapat dimanfaatkan oleh merchant sehingga faktor-faktor yang mempengaruhi niat membeli dapat menjadi fokus perbaikan. Menurut Sugiyono (2016), metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016), penelitian kuantitatif dapat didefinisikan sebagai metode penelitian berdasarkan falsafah positivisme, digunakan untuk mengkaji populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data dengan instrumen penelitian, menganalisis data secara kuantitatif/statistik, dan bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan. Hasil penelitian ini memberikan dukungan untuk penelitian sebelumnya tentang kepuasan pelanggan yang bertindak sebagai mediasi yang lebih kuat daripada kepercayaan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi repurchase intention dimediasi customer satisfaction dan trust sebagai moderasi dalam *online food delivery* (OFD) di Jakarta.

Kata Kunci :

*Price Value; Health Consciousness; Visibility; Affordances; Food Safety Concern; Prestige; Customer Satisfaction; Trust; Repurchase Intention*