

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang berpengaruh terhadap loyalitas pengguna layanan pesan antar makanan daring. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah loyalitas pengguna. Sampel pada penelitian ini yaitu sebanyak 366 responden yang berusia 15 tahun hingga 65 tahun sesuai dengan usia produktif berdasarkan Badan Pusat Statistik. Kriteria untuk responden adalah telah melakukan pemesanan layanan pesan antar makanan daring Grab Food, Shopee Food, dan Maxim Food pada dua belas bulan terakhir, terhitung sejak Juni 2021 karena data diambil pada Juni 2022. Penghitungan nilai yang digunakan yaitu 5 poin skala Likert. Data yang diperoleh dari hasil kuisisioner diolah dengan menggunakan *Structural Equation Modeling - Partial Least Square* (SEM-PLS). Berlandaskan dari hasil dari penelitian yang dilakukan, diperoleh kesimpulan bahwa, layanan pesan antar makanan daring harus memiliki *user interface* yang diimbangi dengan informasi lengkap seperti tata cara penggunaan, dan kemudahan penggunaan serta memiliki dengan fitur-fitur yang menarik untuk melayani pengguna layanan pesan antar makanan daring.

Kata kunci: persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, kualitas layanan elektronik, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen elektronik, layanan antar pesan makanan daring.

ABSTRACT

This study aims to examine factors that impact on loyalty of users of online food delivery services in Java. The dependent variable used in this study is user loyalty. The sample in this study were 366 respondents aged 15 to 65 years according to their productive age based on the Central Statistics Agency. The criteria for respondents are that they have ordered online food delivery services for Grab Food, Shopee Food, and Maxim Food in the last twelve months, starting from June 2021, because the data was taken in June 2022. The calculation of the value used is 5 points on a Likert scale. The data obtained from the questionnaire were processed using Structural Equation Modeling - Partial Least Square (SEM-PLS). Based on the results of the research conducted, it is concluded that online food delivery services must have a user interface that is balanced with complete information such as procedures for use and ease of use and has attractive features to serve users of online food delivery services.

Keywords: perceived usefulness, perceived ease to use, e-quality of services, e-consumer satisfaction, e-consumer loyalty, online food delivery service.