

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh risiko yang dipresepsikan yakni risiko keuangan, risiko psikologis, risiko produk, dan risiko waktu terhadap perilaku pembelian pada layanan pesan antar makanan daring. Penelitian ini merupakan studi kuantitatif dengan menggunakan teknik survei. Pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan media *google form* yang disebarakan secara daring. Sebanyak 328 responden berhasil didapat dari pengumpulan data yang dilakukan dalam kurun waktu satu bulan yakni sejak tanggal 18 Januari 2024 hingga 18 Februari 2024. Kemudian data yang telah dikumpulkan dianalisis dengan metode Partial Least Squares (PLS-SEM) untuk menguji hipotesis penelitian. Hasil penelitian yang didapat yakni risiko psikologis yang dipresepsikan berpengaruh negatif terhadap sikap konsumen dalam pembelian makanan melalui layanan pesan antar daring dan hipotesis terdukung; risiko keuangan yang dipresepsikan berpengaruh positif terhadap sikap konsumen terhadap pembelian makanan melalui layanan pesan antar makanan daring dan hipotesis tidak terdukung; risiko produk yang dipresepsikan berpengaruh positif terhadap sikap konsumen dalam pembelian makanan melalui layanan pesan antar daring dan hipotesis tidak terdukung; risiko waktu yang dipresepsikan berpengaruh negatif terhadap sikap konsumen dalam pembelian makanan melalui layanan pesan antar daring dan hipotesis terdukung; sikap konsumen berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian makanan melalui layanan pesan antar daring dan hipotesis terdukung. Temuan ini menyarankan agar mitra resto atau penyedia produk pada layanan pesan antar daring dapat menjalankan SOP supaya kualitas produk yang diterima oleh konsumen dapat terjaga.

Kata kunci: layanan pesan antar daring, risiko yang dipresepsikan, perilaku pembelian, sikap konsumen

## ABSTRACT

This study aims to determine the effect of perceived risks, namely financial risk, psychological risk, product risk, and perceived time risk on purchasing behavior in online food delivery services. This research is a quantitative study using survey techniques. Data collection was carried out using google form media which was distributed online. A total of 328 respondents were successfully obtained from data collection conducted within one month, from January 18, 2024 to February 18, 2024. Then the data that has been collected is analyzed using the Partial Least Squares (PLS-SEM) method to test the research hypothesis. The results obtained are perceived psychological risk has a negative effect on consumer attitudes in purchasing food through Online Food Delivery and the hypothesis is supported; perceived financial risk has a positive effect on consumer attitudes towards purchasing food through Online Food Delivery and the hypothesis is not supported; perceived product risk has a positive effect on consumer attitudes in purchasing food through Online Food Delivery and the hypothesis is not supported; perceived time risk has a negative effect on consumer attitudes in purchasing food through Online Food Delivery and the hypothesis is supported; consumer attitudes have a positive effect on food purchasing behavior through Online Food Delivery and the hypothesis is supported. These findings suggest that restaurant partners or product providers in Online Food Delivery services can carry out SOPs so that the quality of products received by consumers can be maintained.

**Keywords:** Online Food Delivery, perceived risk, purchase behavior, consumer attitudes.