



**ANALISIS PENGARUH *USER INTERFACE DESIGN*
DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*
KONSUMEN GOFOOD DI KOTA SEMARANG**

SKRIPSI

**Disusun Untuk Memenuhi Syarat Menyelesaikan Jenjang Sarjana
Program Studi S1 Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

**AKBAR TAUFIKUR RAHMAN
14030119130057**

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
2023**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI/TA)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

1. Nama Lengkap : Akbar Taufikur Rahman
2. Nomor Induk Mahasiswa : 14030119130057
3. Tempat/Tanggal Lahir : Semarang, 14 September 2001
4. Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
5. Alamat : Sambiroto 5, Tembalang, Kota Semarang

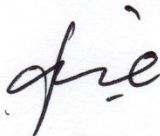
Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi/TA) yang saya tulis berjudul :

“Analisis Pengaruh User Interface Design dan E-Service Quality terhadap Repurchase Intention Konsumen Gofood di Kota Semarang”

Adalah benar-benar **Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri**, bukan hasil karya ilmiah orang lain dan juga tidak mengandung plagiasi dari sumber informasi lainnya. Hal ini diperkuat dengan hasil uji kemiripan Turnitin yang kurang dari 20%. Apabila di kemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil plagiasi karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

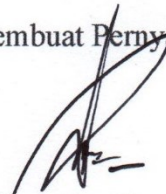
Semarang, 14 September 2023

Mengetahui,
Dosen Pembimbing



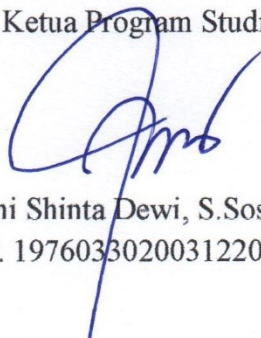
Dr. Sari Listyorini, S.Sos, M.AB.
NIP. 197806052003122003

Pembuat Pernyataan



Akbar Taufikur Rahman
NIM. 14030119130057

Ketua Program Studi



Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si.
NIP. 197603302003122001

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh *User Interface Design* dan *E-Service Quality* terhadap *Repurchase Intention* Konsumen Gofood di Kota Semarang

Nama Penyusun : Akbar Taufikur Rahman

Departemen : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan strata 1.

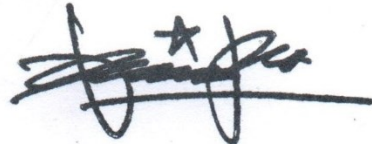
Semarang, 14 September 2023

Dekan

Wakil Dekan Akademik dan
Kemahasiswaan



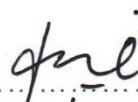
Prof. Dr. Drs. Hardi Warsono, M.T.
NIP. 196408271990011001



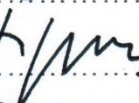
Dr. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin
NIP. 196908221994031003

Dosen Pembimbing

Dr. Sari Listyorini, S.Sos, M.AB.

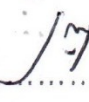
()

Dr. Hari Susanta Nugraha S.Sos., M.Si.

()

Dosen Penguji

Prof. Dr. Drs. Ngatno, M.M.

()

Dr. Hari Susanta Nugraha S.Sos., M.Si.

()

Dr. Sari Listyorini, S.Sos, M.AB.

()

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

- Have courage and be kind -

Puji syukur selalu saya ucapkan kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Tidak lupa skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua saya, Bapak dan Ibu, yang senantiasa tidak berhenti untuk selalu mendoakan dan mendukung saya dalam keadaan apapun. Terima kasih banyak atas segala pengorbanan, tulus, cinta, kasih dan segalanya yang telah diberikan kepada Saya, hingga Saya dapat tumbuh besar dengan sangat baik, hingga detik ini.
2. Kakak dan Adik Saya yang senantiasa memberikan dukungan, semangat dan doa kepada Saya hingga skripsi ini dapat terselesaikan. Terima kasih sudah selalu ada dalam situasi dan kondisi apapun. Terima kasih atas segala hal yang telah membantu menguatkan saya dan meyakinkan saya untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Bu Sari dan Pak Hari selaku dosen pembimbing saya yang senantiasa mendukung, mengajarkan, membimbing, dan mengarahkan saya sehingga skripsi ini dapat selesai.
4. Bu Jenny dan Mas Xondo selaku atasan saya yang selalu mengerti dan memahami kondisi Saya. Terima kasih untuk semua kebaikan, dukungan, dan pelajaran yang diberikan kepada Saya hingga Saya dapat menyelesaikan perkuliahan dengan baik.
5. Mutia, Samuel, dan Loka serta sahabat dan teman-teman tercinta yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang selalu ada disisi Saya, mendampingi, memberikan nasihat, mendengarkan keluh kesah dimanapun Saya berada.
6. Terakhir, Saya ingin berterima kasih kepada diri Saya sendiri karena sudah berusaha, berjuang dan bertahan hingga titik ini. Tetap semangat dan jangan pernah berhenti belajar!

**Analisis Pengaruh *User Interface Design* dan *E-Service Quality* terhadap
Repurchase Intention Konsumen Gofood di Kota Semarang**

ABSTRAK

Saat ini dunia teknologi mengalami perkembangan yang sangat pesat, hal ini membuat persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat dengan munculnya berbagai inovasi yang diciptakan. Layanan pesan-antar makanan berbasis daring (*online*) menjadi salah satu bidang bisnis yang cukup ramai diperbincangkan selama beberapa tahun terakhir, dimana banyak bermunculan bisnis-bisnis baru yang bergerak di bidang ini. GoFood merupakan salah satu layanan *online food delivery* yang paling banyak digunakan di Indonesia. Berdasarkan data *Gross Merchandise Value* dan market share menunjukkan bahwa persentase angka GoFood mengalami fluktuasi. *User interface design* dan *e-service quality* diduga menjadi faktor yang mempengaruhi *repurchase intention* konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara *user interface design* dan *e-service quality* diskon terhadap *repurchase intention*. Tipe penelitian ini adalah eksplanatori dengan teknik sampling menggunakan metode *puprosive sampling*. Sampel pada penelitian ini berjumlah 100 responden masyarakat di Kota Semarang yang menggunakan GoFood. Penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, uji t, dan uji F dengan alat bantu aplikasi SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *user interface design* dan *e-service quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* baik parsial maupun simultan. Perhitungan secara parsial *user interface design* memiliki pengaruh yang paling besar terhadap *repurchase intention* yakni sebesar 47,2%. Sedangkan *e-service quality* menyumbang sebesar 35,5% terhadap *repurchase intention*. Selanjutnya, secara simultan *user interface design* dan *e-service quality* menyumbang sebesar 55,7% terhadap *repurchase intention*. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, pihak Gojek disarankan untuk meningkatkan kualitas tampilan agar tidak terlalu umum seperti layanan serupa lainnya, melengkapi informasi yang tersedia pada merchant GoFood, serta mempersingkat proses pengguna dalam melakukan pemesanan di GoFood. Selanjutnya, perusahaan dapat melakukan efektifitas dan efisiensi pada fitur-fitur yang tersedia, serta memperbaiki kualitas pelayanan *customer service* pada GoFood.

Kata Kunci: *User Interface Design, E-Service Quality, Repurchase Intention*

The Influence of User Interface Design and E-Service Quality towards Repurchase Intention on GoFood Consumers in Semarang City

ABSTRACT

The world of technology is experiencing rapid development, leading to increased competition in the business world with the emergence of various innovations. Online food delivery services have become one of the business sectors that has been widely discussed in recent years, with many new businesses entering this field. GoFood is one of the most widely used online food delivery services in Indonesia. Based on Gross Merchandise Value and market share data, the percentage of GoFood has fluctuated. User interface design and e-service quality are suspected to be factors affecting consumer repurchase intention. This study aims to determine the influence of user interface design and e-service quality on repurchase intention. This research is explanatory, using purposive sampling as the sampling technique. The sample for this study consisted of 100 respondents from the community in Semarang City who use GoFood. This research utilized validity tests, reliability tests, correlation coefficients, determination coefficients, t-tests, and F-tests that processed using SPSS. The results of the study show that user interface design and e-service quality have a positive and significant influence on repurchase intention, both partially and simultaneously. Partially, user interface design has the greatest influence on repurchase intention at 47.2%, while e-service quality contributes 35.5% to repurchase intention. Furthermore, user interface design and e-service quality together contribute 55.7% to repurchase intention. Based on the results of the research, Gojek is advised to improve the quality of its interface to make it less generic compared to similar services, provide more information about GoFood merchants, and streamline the user ordering process on GoFood. Additionally, the company should focus on the effectiveness and efficiency of available features and enhance the quality of customer service on GoFood.

Keywords: User Interface Design, E-Service Quality, Repurchase Intention

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat rahmat-Nya sehingga dalam kesempatan ini penulis dapat melaksanakan dan menyelesaikan skripsi dengan “Analisis Pengaruh *User Interface Design* dan *E-Service Quality* terhadap *Repurchase Intention* Konsumen Gofood di Kota Semarang” dengan tepat waktu sebagai syarat dalam memenuhi pendidikan Strata 1 Administrasi Bisnis di Universitas Diponegoro.

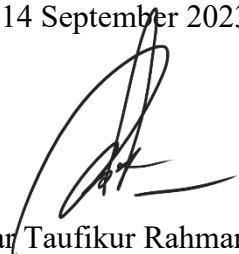
Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan bantuan, dorongan, bimbingan, saran juga kritik serta doa sehingga penyusunan skripsi ini dapat berjalan lancar, khususnya kepada :

1. Prof. Dr. Drs. Hadi Warsono, M.T. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
2. Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. Dr. Sari Listyorini, S.Sos, M.AB. selaku dosen pembimbing yang sudah mengarahkan dengan sabar dan detail, serta memberikan nasihat dan juga semangat dalam penyusunan skripsi ini.
4. Dr. Hari Susanta Nugraha S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing yang juga senantiasa mengarahkan dengan sabar, memberikan nasihat dan juga semangat dalam penyusunan skripsi ini.
5. Prof. Dr. Drs. Ngatno, M.M. selaku Dosen Wali dan Dosen Penguji yang telah membimbing selama kegiatan perkuliahan.

6. Semua dosen dan tenaga pendidik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, terutama departemen Administrasi Bisnis yang sudah memberikan ilmu yang bermanfaat selama penulis berkuliah.
7. Seluruh responden yang sudah bersedia membantu penulis dengan mengisi kuesioner yang diberikan.
8. Dan segala pihak yang terlibat, baik langsung ataupun tidak langsung, yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari akan kekurangan yang mungkin masih banyak ditemukan dalam penyusunan skripsi ini sehingga penulis mengharapkan adanya kritik dan saran bagi kemajuan penulis. Penulis juga berharap semoga penelitian yang dibuat ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Semarang, 14 September 2023



Akbar Taufikur Rahman

NIM. 14030119130057

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI/TA).....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah.....	17
1.3 Tujuan Penelitian.....	18
1.4 Kegunaan Penelitian	19
1.5 Kerangka Teori.....	20
1.5.1 Perilaku Konsumen	20
1.5.2 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	23
1.5.3 <i>Repurchase Intention</i>	26
1.5.4 <i>User Interface Design</i>	29
1.5.5 <i>E-Service Quality</i>	31
1.6 Hubungan Antar Variabel Penelitian	34
1.6.1 Hubungan <i>User Interface Design</i> dengan <i>Repurchase Intention</i>	34
1.6.2 Hubungan <i>E-Service Quality</i> dengan <i>Repurchase Intention</i>	35
1.7 Penelitian Terdahulu.....	35
1.8 Hipotesis.....	37
1.9 Definisi Konsep	38
1.10 Definisi Operasional.....	38
1.11. Metode Penelitian	42
1.11.1. Tipe Penelitian.....	42
1.11.2. Populasi dan Sampel	43

1.11.2.1.	Populasi.....	43
1.11.2.2.	Sampel	43
1.11.3.	Teknik Pengambilan Sampel.....	43
1.11.4.	Jenis dan Sumber Data	44
1.11.4.1.	Jenis Data.....	44
1.11.4.2.	Sumber Data	44
1.11.5.	Skala Pengukuran	45
1.11.6.	Teknik Pengumpulan Data	46
1.11.7.	Teknik Pengolahan Data	46
1.11.8.	Instrumen Penelitian.....	47
1.11.9.	Teknik Analisis.....	48
1.11.9.1.	Uji Validitas.....	48
1.11.9.2.	Uji Reliabilitas	48
1.11.9.3.	Uji Koefisien Korelasi (R).....	49
1.11.9.4.	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	49
1.11.9.5.	Analisis Regresi Linear Sederhana	50
1.11.9.6.	Analisis Regresi Linear Berganda	51
1.11.9.7.	Uji Signifikansi.....	52
BAB II.....		55
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN IDENTITAS RESPONDEN.....		55
2.1	Gambaran Umum PT. Gojek Indonesia	55
2.2	Visi dan Misi	56
2.2.1	Visi Gojek	56
2.2.2	Misi Gojek.....	56
2.3	Logo Gojek.....	56
2.4	Layanan Gojek	58
2.5	Struktur Organisasi.....	59
2.6	Tampilan Aplikasi Gojek	63
2.7	Fitur dan Layanan Gojek dalam Meningkatkan Keamanan dan Kenyamanan Pengguna	65
2.8	Gambaran Umum GoFood	66

2.9	Identitas Responden	67
2.9.1	Responden Berdasarkan Usia.....	68
2.9.2	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
2.9.3	Responden Berdasarkan Asal Domisili / Kecamatan.....	69
2.9.4	Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	70
2.9.5	Responden Berdasarkan Pendapatan.....	71
2.9.6	Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Per Bulan.....	72
BAB III		73
3.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	73
3.1.1	Uji Validitas	74
3.1.2	Uji Reliabilitas	77
3.2	Analisis dan Interpretasi Hasil Penelitian	79
3.2.1	Persepsi Responden terhadap <i>User Interface Design</i> (X_1)	79
3.2.1.1	Rekapitulasi Variabel <i>User Interface Design</i>	80
3.2.1.2	Kategorisasi Variabel <i>User Interface Design</i>	85
3.2.2	Persepsi Responden terhadap <i>E-Service Quality</i> (X_2)	87
3.2.2.1	Rekapitulasi Variabel <i>E-Service Quality</i>	88
3.2.2.2	Kategorisasi Variabel <i>E-Service Quality</i>	91
3.2.3	Persepsi Responden terhadap <i>Repurchase Intention</i> (Y)	93
3.2.3.1	Rekapitulasi Variabel <i>Repurchase Intention</i>	94
3.2.3.2	Kategorisasi Variabel <i>Repurchase Intention</i>	96
3.3	Analisis Data	98
3.3.1	Pengaruh <i>User Interface Design</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> ..	99
3.3.1.1	Koefisien Korelasi	99
3.3.1.2	Koefisien Determinasi	100
3.3.1.3	Regresi Linear Sederhana.....	101
3.3.1.4	Uji t.....	102
3.3.2	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	103
3.3.2.1	Koefisien Korelasi	103
3.3.2.2	Koefisien Determinasi	104
3.3.2.3	Regresi Linear Sederhana.....	105

3.3.2.4 Uji t.....	107
3.3.3 Pengaruh <i>User Interface</i> dan <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	108
3.3.3.1 Koefisien Korelasi	108
3.3.3.2 Koefisien Determinasi	109
3.3.3.3 Regresi Linear Berganda	110
3.3.3.4 Uji F.....	111
3.3.4 Pembahasan.....	113
3.3.4.1 Pengaruh <i>User Interface Design</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	114
3.3.4.2 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> ...	116
3.3.4.3 Pengaruh <i>User Interface Design</i> dan <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	117
BAB IV	120
4.1 Kesimpulan.....	120
4.2 Saran.....	122
DAFTAR PUSTAKA	124
LAMPIRAN.....	127

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Nilai <i>Gross Merchandise Value</i> (GMV) Layanan Pesan-Antar Makanan di Indonesia	11
Tabel 1. 2 Persentase <i>Market Share</i> Gojek dan Grab berdasarkan Jumlah Pesanan	12
Tabel 1. 3 <i>Hourly Order Volume Index</i> Gojek dan Grab	13
Tabel 1. 4 Layanan Pesan Antar Makanan Pilihan Konsumen di Kota Semarang	14
Tabel 1. 5 Keluhan Konsumen GoFood.....	15
Tabel 1. 6 Penelitian Terdahulu	36
Tabel 1. 7 Matriks Konsep	40
Tabel 1. 8 Nilai Skor pada Skala Likert	45
Tabel 1. 9 Pedoman dalam Menentukan Keeratan Antar Variabel.....	49
Tabel 2. 1 Jenis Layanan Gojek	58
Tabel 2. 2 Usia Responden.....	68
Tabel 2. 3 Jenis Kelamin Responden	69
Tabel 2. 4 Domisili / Kecamatan Responden.....	69
Tabel 2. 5 Jenis Pekerjaan Responden	71
Tabel 2. 6 Pendapatan Perbulan Responden	71
Tabel 2. 7 Frekuensi Penggunaan Per Bulan Responden.....	72
Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas Variabel <i>User Interface Design</i>	74
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Variabel <i>E-Service Quality</i>	76
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Repurchase Intention</i>	77
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas	78
Tabel 3. 5 Rekapitulasi Jawaban Variabel <i>User Interface Design</i>	81
Tabel 3. 6 Kategorisasi Variabel <i>User Interface Design</i>	86
Tabel 3. 7 Rekapitulasi Jawaban Variabel <i>E-Service Quality</i>	88
Tabel 3. 8 Kategorisasi Variabel <i>E-Service Quality</i>	92
Tabel 3. 9 Rekapitulasi Jawaban Variabel <i>Repurchase Intention</i>	94
Tabel 3. 10 Kategorisasi Variabel <i>Repurchase Intention</i>	98
Tabel 3. 11 Koefisien Korelasi <i>User Interface Design Terhadap Repurchase Intention</i>	99
Tabel 3. 12 Koefisien Determinasi <i>User Interface Design Terhadap Repurchase Intention</i>	100
Tabel 3. 13 Regresi Linear Sederhana <i>User Interface Design Terhadap Repurchase Intention</i>	101
Tabel 3. 14 Koefisien Korelasi <i>E-Service Quality Terhadap Repurchase Intention</i>	104
Tabel 3. 15 Koefisien Determinasi <i>E-Service Quality Terhadap Repurchase Intention</i>	105

Tabel 3. 16 Regresi Linear Sederhana <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	106
Tabel 3. 17 Koefisien Korelasi <i>User Interface Design</i> dan <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	109
Tabel 3. 18 Koefisien Determinasi <i>User Interface Design</i> dan <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	110
Tabel 3. 19 Regresi Linear Berganda <i>User Interface Design</i> dan <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	110
Tabel 3. 20 Uji F <i>User Interface Design</i> dan <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	112

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Nilai <i>Gross Merchandise Value</i> (GMV) Layanan Pesan-Antar Makanan di Asia Tenggara	4
Gambar 1. 2 Layanan Gojek yang Paling Banyak Digunakan Selama Pandemi Covid-19.....	6
Gambar 1. 3 Aplikasi Layanan Pesan-Antar Makanan Terpopuler di Indonesia ...	7
Gambar 1. 4 Tampilan Antarmuka Layanan GoFood.....	10
Gambar 1. 5 Konsep Model TAM	25
Gambar 1. 6 Model Hipotesis Penelitian	37
Gambar 1. 7 Model Regresi Berganda	51
Gambar 1. 8 Hasil Uji t-Test	53
Gambar 1. 9 Hasil Uji F-Test	54
Gambar 2. 1 Logo Gojek.....	57
Gambar 2. 2 Struktur Organisasi PT. Gojek Indonesia.....	60
Gambar 2. 3 Perkembangan Tampilan Gojek	64
Gambar 2. 4 Logo GoFood	66
Gambar 3. 1 Hasil Uji t <i>User Interface Design</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	103
Gambar 3. 2 Hasil Uji t <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	108
Gambar 3. 3 Hasil Uji F <i>User Interface Design</i> dan <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	113