

**FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *BEHAVIORAL*
INTENTION PENGGUNAAN APLIKASI PEMESANAN MOBILE KOPI
PADA KALANGAN GEN Z DI DKI JAKARTA**

Mohammed Ameen Sallam Ali

1710622064



**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Bisnis Digital pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI S1 BISNIS DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2026

**FACTORS THAT INFLUENCE BEHAVIORAL INTENTION OF USING
MOBILE COFFEE ORDERING APPLICATIONS AMONG GEN Z IN DKI**

JAKARTA

Mohammed Ameen Sallam Ali

1710622064



**This thesis is written as one of the requirements for obtaining a
Bachelor's degree in Digital Business from the Faculty of
Economics and Business, Jakarta State University.**

**DIGITAL BUSINESS STUDY PROGRAM
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
JAKARTA STATE UNIVERSITY**

2026

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M NIP. 1970627006041001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Prof. Dr. Corry Yohana, M.M NIP. 195909181985032011 (Ketua Sidang)		20/01/2026
2	Ringga Sentagi Asa, S.Pd., M.Kom NIP. 198904142024061001 (Penguji 1)		20/01/2026
3	Sabo Hermawan, S.Kom., M.Si NIP. 199102272024061001 (Penguji 2)		20/01/2026
4	Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M NIP. 1970627006041001 (Pembimbing 1)		20/01/2026
5	Dr. Ryna Parlyna, M.B.A NIP. 197701112008122003 (Pembimbing 2)		20/01/2026
Nama : Mohammed Ameen Sallam Ali No. Registrasi : 1710622064 Program Studi : S1 Bisnis Digital Tanggal Lulus : 20 Januari 2026			

*Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
 - dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru*

F072020

Intelligentia - Dignitas

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Proposal skripsi yang berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Behavioral Intention Penggunaan Aplikasi Pemesanan Mobile Kopi pada Kalangan Gen Z di Jakarta” merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di Universitas Negeri Jakarta maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Proposal skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali apabila secara tertulis dicantumkan sebagai acuan ilmiah dengan menyebutkan nama penulis dan tercantum dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini Saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran keaslian karya atau ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 10 Februari 2026



Mohammed Ameen Sallam Ali

1710622064

LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Mohammed Ameen Sallam Ali
NIM : 1710622064
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis / S1 Bisnis Digital
Alamat email : mohammed24ameen@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan dan Kearsipan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Behavioral Intention Penggunaan Aplikasi Pemesanan Mobile Kopi pada Kalangan Gen Z di Jakarta

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan dan Kearsipan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 25 Januari 2026
Penulis

(Mohammed Ameen Sallam Ali)

ABSTRAK

Mohammed Ameen Sallam Ali. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Behavioral Intention Penggunaan Aplikasi Pemesanan Kopi pada Kalangan Generasi Z di DKI Jakarta. Skripsi. Jakarta: Program Studi S1 Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta.

Perkembangan teknologi digital mendorong perubahan tindakan konsumen dalam melakukan pemesanan produk, termasuk pada industri kopi yang kian mengandalkan aplikasi pemesanan daring. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Performance Expectancy* dan *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention* penggunaan aplikasi pemesanan kopi pada kalangan Generasi Z di DKI Jakarta, dengan *Attitude Toward Using* sebagai variabel mediasi. Penelitian ini memanfaatkan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner kepada Generasi Z di DKI Jakarta yang pernah memanfaatkan aplikasi pemesanan kopi dan dianalisis memanfaatkan metode *Partial Least Squares–Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Performance Expectancy* dan *Social Influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude Toward Using*. Selain itu, *Attitude Toward Using* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention*, sedangkan *Social Influence* tidak berpengaruh langsung terhadap *Behavioral Intention*. Hasil pengujian pengaruh tidak langsung menunjukkan bahwa *Attitude Toward Using* memediasi pengaruh *Performance Expectancy* dan *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention*. Penelitian ini menyimpulkan bahwa sikap pengguna memiliki peran penting dalam membentuk niat penggunaan aplikasi pemesanan kopi pada kalangan Generasi Z.

Kata Kunci: *Performance Expectancy, Social Influence, Attitude Toward Using, Behavioral Intention, Aplikasi Pemesanan Kopi.*

ABSTRACT

Mohammed Ameen Sallam Ali. Analysis of Factors Influencing Behavioral Intention to Use Coffee Ordering Applications among Generation Z in DKI Jakarta. Undergraduate Thesis. Jakarta: Digital Business Study Program, Faculty of Economics and Business, Universitas Negeri Jakarta.

The rapid development of digital technology has transformed consumer behavior, including in the coffee industry, which increasingly relies on online ordering applications. This study aims to analyze the influence of Performance Expectancy and Social Influence on Behavioral Intention to use coffee ordering applications among Generation Z in DKI Jakarta, with Attitude Toward Using as a mediating variable. This research employs a quantitative approach using a survey method. Data were collected through questionnaires distributed to Generation Z respondents in DKI Jakarta who have experience using coffee ordering applications and were analyzed using Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS software. The results indicate that Performance Expectancy and Social Influence have a positive and significant effect on Attitude Toward Using. Furthermore, Attitude Toward Using has a positive and significant effect on Behavioral Intention, while Social Influence does not have a direct effect on Behavioral Intention. The indirect effect analysis shows that Attitude Toward Using mediates the relationship between Performance Expectancy and Behavioral Intention as well as between Social Influence and Behavioral Intention. Overall, this study concludes that users' attitudes play a crucial role in shaping the intention to use coffee ordering applications among Generation Z.

Keywords: Performance Expectancy, Social Influence, Attitude Toward Using, Behavioral Intention, Coffee Ordering Application.

Intelligentia - Dignitas

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “ Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Behavioral Intention* Penggunaan Aplikasi Pemesanan mobile Kopi pada Kalangan Gen Z di DKI Jakarta”. Penyusunan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis pada Program Studi S1 Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta.

Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak akan tercapai tanpa dukungan, bantuan, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan rasa hormat dan penuh penghargaan penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Mohamad Rizan, SE, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta dan sekaligus Dosen Pembimbing I, yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta masukan berharga selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Dr. Ryna Parlyna, M.B.A., selaku Koordinator Program Studi S1 Bisnis Digital dan sekaligus Dosen Pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta masukan berharga selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Seluruh dosen dan tenaga kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta, khususnya Program Studi Bisnis Digital, atas ilmu, pengalaman, dan bantuan yang diberikan selama masa perkuliahan.

4. Kepada almarhum Ayah tercinta, yang semasa hidupnya selalu menjadi sumber doa, kekuatan, dan teladan bagi penulis. Meskipun beliau telah berpulang, nilai-nilai perjuangan, nasihat, dan kasih sayang yang beliau tanamkan senantiasa menjadi motivasi terbesar dalam setiap langkah penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan. Kepada Ibu tercinta dan seluruh keluarga, atas doa yang tiada henti, dukungan moral maupun materi, serta kasih sayang yang tulus sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

5. Hipnu, Vivonila, Akbar, Pasha, Rio, dan Shadi, yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan energi positif dalam setiap proses perjuangan penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan.

6. Teman-teman seperjuangan mahasiswa Bisnis Digital terutama kelas B dan sahabat-sahabat di luar kampus, yang selalu memberikan semangat, dukungan emosional, serta menjadi tempat berbagi cerita dan motivasi selama proses pengerjaan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan penelitian di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menjadi kontribusi positif bagi pengembangan kajian akademik serta praktik dalam dunia bisnis digital.

Jakarta, 2026

Penulis

Mohammed Ameen Sallam Ali

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.4.1 Manfaat Teoritis	13
1.4.2 Manfaat Praktis	14
BAB II	15
KAJIAN PUSTAKA	15
2.1 Teori Pendukung	15
2.1.1 <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2)</i>	15
2.1.2 Theory of Planned Behavior (TPB)	18
2.1.3 <i>Behavioral Intention</i>	19
2.1.4 <i>Performance Expectancy</i>	21

2.1.5 <i>Social Influence</i>	23
2.1.6 <i>Attitude Toward Using</i>	25
2.2 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis	34
2.2.1 Pengaruh <i>Performance Expectancy</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	34
2.2.2 Pengaruh <i>Social Influence</i> terhadap <i>Attitude Toward Using</i>	35
2.2.3 Pengaruh <i>Attitude Toward Using</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	36
2.2.4 Pengaruh <i>Performance Expectancy</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	37
2.2.5 Pengaruh <i>Social Influence</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	38
2.2.6 <i>Attitude Toward Using</i> sebagai Mediator Pengaruh <i>Performance Expectancy</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	39
2.2.7 <i>Attitude Toward Using</i> sebagai Mediator Pengaruh <i>Social Influence</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	41
2.3 Kerangka Penelitian	42
BAB III	43
METODE PENELITIAN	43
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	43
3.1.1 Waktu Penelitian	43
3.1.2 Tempat.....	43
3.2 Desain Penelitian.....	43
3.3 Populasi dan Sampel	45

3.3.1 Populasi.....	45
3.3.2 Sample.....	45
3.4 Pengembangan Instrumen Penelitian.....	46
3.5 Operasional Variabel Penelitian.....	47
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.7 Teknik Analisis Data.....	57
3.7.1 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	58
3.7.2 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	60
3.7.3 Uji Signifikansi dengan Bootstrapping	62
3.8 Pengujian hipotesis	64
DAFTAR PUSTAKA	95

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Produksi Kopi 2024	1
Gambar 1. 2 Data Penduduk DKI Jakarta	5
Gambar 2. 1 Model penelitian UTAUT 2	18
Gambar 2. 2 Model Kerangka Pemikiran	42
Gambar 4. 1 Structural Model.....	87
Gambar 4. 2 Prototype	89



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3. 1 Kriteria Sampel	46
Tabel 3. 2 Skala Likert	47
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden	66
Tabel 4. 2 Outer Loading	68
Tabel 4. 3 Fornell–Larcker Criterion	71
Tabel 4. 4 Reliability.....	72
Tabel 4. 5 Coefficient of Determination	75
Tabel 4. 6 Model Struktural (Pengaruh Langsung).....	76
Tabel 4. 7 Model Struktural (Pengaruh Tidak Langsung)	83

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Kuesioner Penelitian.....	101
Lampiran 1. 2 Hasil Tabulasi Kuisisioner	110
Lampiran 1. 3 Persetujuan Dosen Pembimbing.....	112
Lampiran 1. 4 Lembar Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi	113
Lampiran 1. 5 Lembar Perbaikan dan Saran.....	114
Lampiran 1. 6 Lembar Persetujuan Sidang Skripsi.....	115
Lampiran 1. 7 Lembar Persetujuan Pembimbing Sidang Skripsi	116
Lampiran 1. 8 Lembar Persetujuan Setelah Sidang Skripsi	117
Lampiran 1. 9 Hasil Turnitin.....	118
Lampiran 1. 10 Prototype.....	119
Lampiran 1. 11 Riwayat Hidup.....	120



Intelligentia - Dignitas