

PENGARUH *CONSUMPTION VALUES* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PENGGUNA FITUR *GROUP ORDER* PADA APLIKASI *ONLINE FOOD-DELIVERY*

WINDA KHAIRUNNISA

1710622001



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

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

2026

***THE EFFECT OF CONSUMPTION VALUES ON PURCHASE INTENTION
AMONG USERS OF THE GROUP ORDER FEATURE ON ONLINE FOOD-
DELIVERY APPS***

WINDA KHAIRUNNISA

1710622001



**This thesis is written as one of the requirements to obtain a Bachelor of
Business degree Faculty of Economics and Business at the Universitas Negeri
Jakarta**

DIGITAL BUSINESS UNDERGRADUATED STUDY PROGRAM

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2026

ABSTRAK

Winda Khairunnisa, Pengaruh *Consumption Values* Terhadap *Purchase Intention* Pengguna Fitur *Group Order* Pada Aplikasi *Online Food-Delivery*: Skripsi, Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta, 2026

Pertumbuhan ekosistem digital di Indonesia mendorong berkembangnya fitur *group order* pada aplikasi pesan-antar makanan seperti GrabFood, GoFood, dan ShopeeFood, yang memungkinkan pengguna memesan makanan secara bersama dalam satu transaksi. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *consumption values* (*functional, emotional, social, dan epistemic value*) terhadap *self-identity* dan *purchase intention* pengguna fitur *group order*, dengan *self-identity* diposisikan sebagai variabel prediktor langsung terhadap *purchase intention*. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif kausal. Data dikumpulkan secara *cross-sectional* dari 210 responden berusia 18–35 tahun di wilayah Jabodetabek melalui kuesioner daring, dipilih dengan teknik *purposive sampling*, dan dianalisis menggunakan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) berbantuan SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keempat dimensi *consumption values* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *self-identity*, dengan *epistemic value* sebagai prediktor terkuat, serta berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*, dengan *social value* sebagai prediktor paling dominan. Namun, *self-identity* tidak terbukti berpengaruh signifikan secara langsung terhadap *purchase intention*, yang mengindikasikan bahwa niat penggunaan lebih ditentukan oleh nilai konsumsi yang dirasakan langsung dan situasional. Sebagai implementasi konseptual, penelitian ini turut menghasilkan rancangan *prototype* aplikasi *group order* bernama Bareng App.

Kata Kunci: *consumption values, self-identity, purchase intention, group order, online food delivery*

ABSTRACT

Winda Khairunnisa, The Effect Of Consumption Values On Purchase Intention Among Users Of The Group Order Feature On Online Food-Delivery Apps: Skripsi, Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta, 2026

The growth of Indonesia's digital ecosystem has driven the development of group order features on online food delivery platforms such as GrabFood, GoFood, and ShopeeFood, which allow users to place shared orders within a single transaction. This study aims to analyze the influence of consumption values (functional, emotional, social, and epistemic value) on self-identity and purchase intention among group order users, with self-identity positioned as both a mediating variable and a direct predictor of purchase intention. This research employed a quantitative approach with a causal associative design. Data were collected cross-sectionally from 210 respondents aged 18–35 in the Jabodetabek area through an online questionnaire, selected using purposive sampling, and analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS 4.0. The results show that all four consumption values dimensions have a positive and significant effect on self-identity, with epistemic value as the strongest predictor, and on purchase intention, with social value as the most dominant predictor. However, self-identity was not found to significantly and directly affect purchase intention, indicating that usage intention is driven more by directly perceived, situational consumption values. As a conceptual implementation, this study also produced a group order application prototype named Bareng App.

Kata Kunci: *consumption values, self-identity, purchase intention, group order, online food delivery*

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN
TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI
JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI
Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung M, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227, Fax: (021) 4706285, Surat Elektronik: fe@unj.ac.id
Laman: fe.unj.ac.id

SURAT PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Kami, yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dena Noviarini, M.M.Si
NIP/NIDK : 197511152008122002
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing I

Nama : Meta Bara Berutu, S.E., M.M
NIP/NIDK : 199409222022032012
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing II

Memberikan persetujuan kepada mahasiswa di bawah ini:

Nama : Winda Khairunnisa
No. Registrasi : 1710622001
Program Studi : S1 Bisnis Digital
Judul Skripsi : Pengaruh *Consumption Values* terhadap *Purchase Intention* Pengguna *Fitur Group Order* pada Aplikasi *Online Food-Delivery*

untuk mengikuti Sidang Skripsi.

Jakarta, 6 Juli 2026

Dosen Pembimbing I

Dena Noviarini, M.M.Si
NIP.197511152008122002

Dosen Pembimbing II

Meta Bara Berutu, S.E., M.M
NIP.199409222022032012

Mengetahui,
Koord. Program Studi S1 Bisnis Digital

Dr. Ryna Parlyna, M.B.A.
NIP.197701112008122003

Keterangan:

1. Formulir harus diketik
2. Tanda tangan harus asli

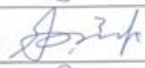
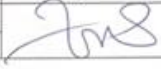
LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR BENTUK : SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Winda Khairunnisa
NIM : 1710622001
Program Studi/Fakultas : S1 Bisnis Digital/Fakultas Ekonomi
Judul Penelitian : Pengaruh *Consumption Values* terhadap *Purchase Intention* Pengguna Fitur *Group Order* pada Aplikasi *Online Food Delivery*

Ini telah dipertahankan dihadapan dewan penguji dan dinyatakan *Lulus* Ujian Tugas Akhir oleh Tim Penguji pada Tanggal 13 Juli 2026

Tim Penguji,

Ketua	Dr. Ryna Parlyna, M.B.A NIP. 197701112008122003	
Sekretaris	Adnan Kasofi, S.Pd., MBA NIP. 199107022023211023	
Penguji Ahli	Fildzah Shabrina, S.Pd., M.Kom NIP. 199409272024062001	
Pembimbing 1	Diena Noviarini, MMSi NIP. 197511152008122002	
Pembimbing 2	Meta Bara Berutu, S.E., M.M NIP. 199409222022032012	

Mengetahui,
Dekan,


Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M.
197206272006041001

Koordinator Program Studi,


Dr. Ryna Parlyna, M.B.A
197701112008122003

PERNYATAAN ORISINALITAS

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Nama Mahasiswa : Winda Khairunnisa
NIM : 1710622001
Program Studi : S1 Bisnis Digital
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Judul TA : *PENGARUH CONSUMPTION VALUES TERHADAP PURCHASE INTENTION PENGGUNA FITUR GROUP ORDER PADA APLIKASI ONLINE FOOD-DELIVERY*

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya tulis ilmiah ini.

Jakarta, 9 Agustus 2026
Yang menyatakan,

The image shows an official stamp of the institution, featuring the Garuda Pancasila emblem and the text "METTA TEAM". A handwritten signature in blue ink is written over the stamp.

Winda Khairunnisa
NIM.1710622001

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH



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 : Winda Khairunnisa
NIM : 1710622001
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis / SI Bisnis Digital
Alamat email : windakhairunnisa14@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 :

Pengaruh *Consumption Values* terhadap *Purchase Intention* Pengguna Fitur *Group Order* pada Aplikasi *Online Food Delivery*

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, 27 Juli 2026
Penulis


(Winda Khairunnisa)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, kasih sayang, kesehatan, kesempatan, kekuatan, serta karunia-Nya, sehingga skripsi yang berjudul “Pengaruh *Consumption Values* terhadap *Purchase Intention* Pengguna *Fitur Group Order* pada Aplikasi *Online Food-Delivery*” dapat diselesaikan dengan baik. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu persyaratan akademik untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S1 Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta.

Dalam proses penyusunannya, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terlepas dari doa, bantuan, bimbingan, dukungan, dan perhatian dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta, atas arahan dan dukungan selama penulis menempuh pendidikan.
2. Dr. Ryna Parlyna, M.B.A., selaku Koordinator Program Studi S1 Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta, atas arahan dan dukungan selama proses pendidikan hingga penyelesaian tugas akhir.
3. Diena Noviarini, M.MSi., selaku Dosen Pembimbing I, yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, masukan, dan koreksi selama proses penyusunan skripsi.

4. Meta Bara Berutu, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan, arahan, masukan, dan koreksi selama proses penyusunan skripsi.
5. Mama tercinta, yang tidak pernah berhenti memberikan doa, kasih sayang, pengorbanan, serta dukungan moral maupun material. Terima kasih telah menjadi sumber kekuatan dan selalu percaya kepada penulis dalam setiap proses yang dilalui.
6. Almarhum Papa tercinta, yang meskipun tidak dapat mendampingi penulis hingga tahap akhir pendidikan, tetap menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari perjalanan hidup penulis. Kasih sayang, pengorbanan, dan nilai-nilai yang telah Papa tanamkan akan selalu menjadi kekuatan bagi penulis. Skripsi ini menjadi salah satu bentuk kecil persembahan penulis untuk Papa.
7. Almarhum Abang tercinta, yang telah menjadi bagian berharga dalam kehidupan penulis. Kenangan, kasih sayang, dan kebaikan yang pernah diberikan akan selalu menjadi bagian dari perjalanan penulis.
8. Al Fharizi, Mutiara, Kinan, dan Manda, yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan penulis selama masa perkuliahan hingga penyelesaian tugas akhir. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, perhatian, bantuan, semangat, serta berbagai cerita dan pengalaman yang telah dilalui bersama.
9. Fini, Kikana, Adel, Ega, Dzaki, Kak Niniek, serta teman-teman terdekat lainnya, yang telah memberikan dukungan, kebersamaan, bantuan, dan semangat selama berbagai proses yang dilalui penulis hingga menyelesaikan skripsi.

10. Iqleema, Gina, Keiko, Nabil, Radhy, serta seluruh sepupu dan keluarga besar penulis, yang senantiasa memberikan perhatian, dukungan, semangat, dan kebersamaan dalam berbagai kesempatan.
11. Seluruh mahasiswa Program Studi S1 Bisnis Digital, khususnya teman-teman satu angkatan, serta seluruh dosen, tenaga kependidikan, dan staf administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta, yang telah memberikan ilmu, pengalaman, bantuan, dan dukungan selama penulis menempuh pendidikan.
12. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah memberikan doa, bantuan, dan dukungan selama proses pendidikan dan penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan dalam bidang perilaku konsumen dan bisnis digital, khususnya mengenai *consumption values*, *self-identity*, dan *purchase intention* dalam penggunaan fitur *Group order* pada aplikasi *online food-delivery*.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah menjadi bagian dari perjalanan ini. Semoga segala kebaikan dan dukungan yang diberikan mendapatkan balasan terbaik dari Allah SWT.