



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**PROSES PENUNDAAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
LAYANAN *ONLINE FOOD DELIVERY* MENGGUNAKAN
KERANGKA *STIMULUS – ORGANISM – RESPONSE* DI
JABODETABEK**



**Skripsi yang Ditulis untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Terapan Administrasi Bisnis**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

2026



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRAK

LUTHFIAH KHAIRUNISA. Proses Penundaan Keputusan Pembelian pada Layanan *Online food delivery* Menggunakan Kerangka *Stimulus–Organism–Response* di Jabodetabek. Jurusan Administrasi Niaga. Politeknik Negeri Jakarta. 2026.

Perkembangan layanan *online food delivery* secara pesat memberikan berbagai kemudahan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Namun, tingginya intensitas informasi yang ditampilkan pada platform *online food delivery*, seperti promosi, diskon, rekomendasi menu, dan pilihan restoran yang beragam, berpotensi menimbulkan *information overload* yang dapat memengaruhi proses pengambilan keputusan konsumen. Kondisi tersebut dapat memicu kelelahan mental maupun kebingungan konsumen dan menunda keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *information overload* terhadap penundaan keputusan pembelian pada Generasi Z pengguna layanan *online food delivery* di wilayah Jabodetabek dengan menggunakan kerangka *Stimulus–Organism–Response*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis Partial Least Squares Structural Equation Modeling. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 335 responden yang ditentukan menggunakan rumus Cochran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *information overload* tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap penundaan keputusan pembelian. Namun, *information overload* berpengaruh signifikan melalui *decision fatigue* sebagai variabel mediasi. Sementara itu, *consumer confusion* tidak mampu memediasi pengaruh *information overload* terhadap penundaan keputusan pembelian. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa *decision fatigue* satu-satunya faktor yang memengaruhi penundaan keputusan pembelian.

Kata kunci: *Consumer confusion, Decision fatigue, Information overload, Penundaan Keputusan Pembelian, Stimulus–Organism–Response.*



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRACT

LUTHFIAH KHAIRUNISA. *Purchase Decision Delay in Online food delivery Services Using the Stimulus–Organism–Response Framework in the Greater Jakarta Area.* Department of Business Administration. Politeknik Negeri Jakarta. 2026.

The rapid growth of online food delivery services has provided consumers with greater convenience in fulfilling their daily needs. However, the high volume of information presented on online food delivery platforms, such as promotions, discounts, menu recommendations, and a wide variety of restaurant options, may lead to information overload, which can influence consumers' decision-making processes. This condition may trigger mental fatigue and consumer confusion, ultimately delaying purchase decisions. This study aims to analyze the effect of information overload on purchase decision delay among Generation Z users of online food delivery services in the Greater Jakarta (Jabodetabek) area by employing the Stimulus–Organism–Response framework. This research adopts a quantitative approach using the Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method. Data were collected through questionnaires distributed to 335 respondents selected using Cochran's formula. The findings indicate that information overload does not have a significant direct effect on purchase decision delay. However, information overload has a significant indirect effect on purchase decision delay through decision fatigue as a mediating variable. Meanwhile, consumer confusion does not mediate the relationship between information overload and purchase decision delay. These findings suggest that decision fatigue is the only factor that significantly mediates the effect of information overload on purchase decision delay.

Keywords: *Consumer confusion, Decision fatigue, Information overload, Purchase Decision Delay, Stimulus–Organism–Response.*



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan YME karena-Nya dapat diterima limpahan rezeki, nikmat, dan hidayah-Nya sehingga penulis telah menyelesaikan laporan penyusunan skripsi yang berjudul Analisis Proses Penundaan Keputusan Pembelian pada Layanan *Online food delivery* Menggunakan Kerangka *Stimulus–Organism–Response* di Jabodetabek. Penulisan skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik atas keterlibatan banyak pihak yang sangat membantu penulis. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Wahyudi Utomo, S.Sos, M.Si, Selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta.
3. Yanita Ella Nilla Chandra, S.AB., M.Si selaku Kepala Program Studi Administrasi Bisnis Terapan dan juga sebagai dosen pembimbing kedua yang senantiasa membantu serta mengarahkan penulis selama penelitian berlangsung.
4. Imas Chandra Pratiwi, M.S.M selaku dosen pembimbing kesatu skripsi yang senantiasa membantu penulis, mengarahkan detail penulisan, mulai dari pengajuan judul, seminar proposal, hingga laporan ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Junaedi dan Srihatin selaku orang tua tercinta, yang sudah memberikan dukungan tanpa henti, baik nasihat, motivasi, doa, maupun kasih sayang selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh keluarga penulis, yang senantiasa memberikan waktu, dukungan, serta saran yang membangun untuk segala proses pembuatan laporan ini.
7. Para sahabat penulis yang senantiasa memberikan dukungan serta meluangkan waktunya untuk menemani dan membantu penulis selama penelitian.
8. RMA Indonesia, terkhusus tim Jasana Prima yang menjadi tempat penulis berkembang dan berproses selama melaksanakan penelitian skripsi ini. Penulis sangat bersyukur dapat berada di lingkungan yang hangat dan positif.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Penulis menyadari bahwa banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Sehingga, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang akan membantu memperbaiki laporan ini di masa mendatang. Selain itu, penulis berharap penulisan ini akan bermanfaat bagi penulis dan para pembaca di kemudian hari.

Depok, 24 Juni 2026
Penulis

Luthfiah Khairunisa
NIM 2205421056





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Rumusan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.5.1 Manfaat Teoretis	7
1.5.2 Manfaat Praktis	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Kerangka Teori	8
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	8
2.1.2 Kerangka <i>Stimulus–Organism–Response</i> (SOR).....	10
2.2 Hasil Penelitian yang Relevan	26
2.3 Perumusan Hipotesis	40
2.3.1 <i>Information overload</i> terhadap Penundaan Keputusan Pembelian melalui <i>Decision fatigue</i>	40
2.3.2 <i>Information overload</i> terhadap Penundaan Keputusan Pembelian melalui <i>Consumer confusion</i>	41
2.3.3 <i>Information overload</i> terhadap Penundaan Keputusan Pembelian.....	42
2.4 Deskripsi Konseptual.....	43
BAB III METODE PENELITIAN.....	45
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	45
3.2 Kerangka Penelitian.....	46
3.3 Metode Penelitian	48
3.4 Populasi dan Sampel.....	48
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	53
3.6 Teknik Pengumpulan Data	54
3.7 Instrumen Penelitian	54
3.8 Teknik Analisis Data	63
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	69
4.1 Pilot Test.....	69
4.1.1 Uji Reliabilitas	70
4.1.2 Uji Validitas.....	73
4.2 Hasil Rekapitulasi Data	75
4.2.1 Karakteristik Responden.....	75
4.2.2 Data Responden Berdasarkan Variabel Penelitian	77
4.3 Hasil Analisis Data	88



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

4.3.1 <i>Outer Model Test</i>	88
4.3.2 <i>Inner Model Test</i>	93
4.4 Pembahasan	98
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	103
5.1 Kesimpulan	103
5.2 Saran	104
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN	110





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Variasi Menu <i>Platform</i> OFD.....	1
Gambar 1.2 Total Menu Anxiety Generasi Z.....	2
Gambar 2.1 Proses Pengambilan Keputusan.....	9
Gambar 2.2 Skema Deskripsi Konseptual.....	44
Gambar 3.1 Kerangka Penelitian.....	47
Gambar 4.1 <i>Graphic Pilot Test</i>	69
Gambar 4.2 <i>Graphic Data Hasil</i>	88
Gambar 4.3 <i>Graphic Bootstrapping</i>	93





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Persentase yang Memesan Makanan <i>Online per Minggu</i>	4
Tabel 2.1 Hasil dari Penelitian Terdahulu atau Jurnal yang Relevan.....	27
Tabel 3.1 Waktu Penelitian.....	45
Tabel 3.2 Data Penyebaran Generasi Z di Jabodetabek.....	49
Tabel 3.3 Skala Likert.....	56
Tabel 3.4 Tabel Operasional Variabel.....	57
Tabel 4.1 Hasil Uji <i>Outer Loading</i>	70
Tabel 4.2 Hasil Uji CA & CR.....	71
Tabel 4.3 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	72
Tabel 4.4 Hasil Komparasi Perbaikan Instrumen.....	72
Tabel 4.6 Kategori Skoring.....	73
Tabel 4.7 Data Responden Berdasarkan Variabel <i>Information overload</i>	74
Tabel 4.8 Data Responden Berdasarkan Variabel <i>Decision fatigue</i>	76
Tabel 4.9 Data Responden Berdasarkan Variabel <i>Consumer confusion</i>	77
Tabel 4.10 Data Responden Berdasarkan Variabel Penundaan Keputusan.....	79
Tabel 4.11 Hasil <i>Outer Loading</i>	82
Tabel 4.12 Hasil <i>Outer Loading</i> Setelah Eliminasi.....	85
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i>	86
Tabel 4.14 Uji Fornell Larcker Criterion.....	88
Tabel 4.15 Uji Hipotesis.....	94
Tabel 4.16 Uji F-Square.....	96

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Kuisisioner	110
Lampiran Google Form.....	116
Lampiran PLS SEM (Pilot).....	117
Lampiran PLS SEM (sebelum menghapus DF4).....	118
Lampiran PLS SEM (setelah menghapus DF4).....	119
Lampiran <i>Bootstrapping</i>	121





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era digitalisasi saat ini, berkembangnya teknologi informasi serta tingginya penetrasi internet secara pesat mendorong perubahan signifikan dalam pola perilaku konsumen. Salah satu dampak perubahan perilaku konsumen adalah beralihnya pemesanan makanan secara langsung ke pemesanan berbasis daring melalui *layanan online food delivery* yang dinilai lebih praktis dan efisien. Perubahan perilaku ini tercermin dari pertumbuhan nilai transaksi pasar *online food delivery* di Indonesia yang menunjukkan kinerja sangat kuat. Khalisa (2026), dalam *The Jakarta Post* melaporkan bahwa *gross merchandise value* (GMV) layanan *online food delivery* di Indonesia diperkirakan meningkat dari US\$5,4 miliar pada 2024 menjadi US\$6,4 miliar pada 2025, atau tumbuh sekitar 18% secara tahunan dengan tambahan nilai transaksi sekitar US\$1 miliar dan menjadikannya pencapaian tertinggi di kawasan Asia Tenggara.

Di Indonesia, terdapat tiga perusahaan besar yang menyediakan *platform* layanan *online food delivery*, yaitu Gojek, Grab, dan Shopee. Ketiga *platform* ini telah menjadi pilihan utama konsumen dalam memenuhi kebutuhan konsumsi makanan. Baihaqi (2025), dalam laporan *GoodStats* melaporkan bahwa mayoritas konsumen memiliki lebih dari satu aplikasi *online food delivery* di ponsel mereka untuk menunjang aktivitas dalam memesan makanan. Kondisi ini mendorong intensifikasi persaingan antar *platform online food delivery*, yang diwujudkan melalui perluasan pilihan *merchant* dan peningkatan jumlah variasi.



Gambar 1.1 Jumlah Variasi Menu *Platform OFD*
Sumber : Nurcholis & Aldian (2024)

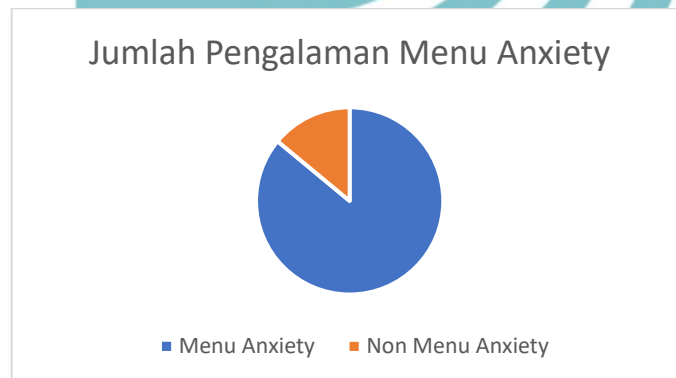


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Berdasarkan Gambar 1.1, tersaji riset dari Aldian & Nurcholis (2024), GoFood mencatat nilai variasi menu tertinggi sebesar 5,18%, diikuti oleh GrabFood dengan nilai 5,06% dan ShopeeFood senilai 4,86. Laporan Tahunan Gojek 2025, mencatat bahwa GoFood telah bekerja sama dengan 550.000 mitra *merchant* dan menyediakan lebih dari 13 juta variasi menu berbeda dalam aplikasinya, (Elvira, 2025). Meskipun data serupa tidak dipublikasikan secara terbuka oleh seluruh penyedia layanan *online food delivery*, fakta bahwa satu platform mampu menghadirkan jutaan variasi menu mengindikasikan bahwa secara keseluruhan konsumen dihadapkan pada jumlah alternatif menu yang sangat besar. Hal ini menunjukkan bahwa keragaman pilihan menu yang dihadapi konsumen dalam satu *platform* cukup tinggi. Kumala & Maizi (2025), menyatakan bahwa hal tersebut berpotensi meningkatkan beban kognitif konsumen dalam proses pengambilan keputusan dan mendorong terjadinya penundaan keputusan pembelian.



Gambar 1.2 Total Menu Anxiety Generasi Z
Sumber : Prezzo, 2024

Berdasarkan Gambar 1.2, melimpahnya variasi menu pada layanan *online food delivery* menyebabkan tingginya informasi yang harus diproses konsumen dalam waktu singkat, sehingga memicu terjadinya *information overload*. Kondisi ini kemudian dapat menimbulkan tekanan kognitif yang berkembang menjadi *menu anxiety*, yaitu perasaan cemas saat harus memilih menu dari banyak alternatif, (Khusnah & Roosdhani, 2025). Temuan empiris pada gambar tersebut merujuk pada survei 2024 yang dilakukan oleh Prezzo terhadap 2.000 responden Generasi Z menjelaskan bahwa 86% konsumen mengalami *menu anxiety* ketika hendak melakukan pemesanan makanan. *Information overload* yang berkelanjutan



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

selanjutnya berdampak pada munculnya kelelahan dan kebingungan. Kelebihan informasi berdampak secara signifikan terhadap menurunnya kemampuan konsumen dalam mengevaluasi pilihan serta meningkatnya kebingungan dalam pengambilan keputusan (Pradisti dkk, 2025).

Mehrabian & Russel (1974) menyatakan bahwa fenomena kesulitan dalam proses pengambilan sebuah keputusan dapat dijelaskan melalui kerangka *Stimulus–Organism–Response* (S-O-R), di mana *stimulus* (S) berupa *information overload* dari menu dan memengaruhi *organism* (O), yaitu kondisi internal konsumen yang tercermin melalui *customer confusion* dan *decision fatigue*, yang selanjutnya menghasilkan *response* (R) berupa penundaan keputusan pembelian. Untuk di Indonesia sendiri, penelitian yang secara khusus membahas penundaan keputusan pembelian masih cukup terbatas, terutama dalam konteks *online food delivery*, karena sebagian besar kajian yang ada lebih banyak meneliti perilaku pembelian atau *repurchase intention* dalam *e-commerce* secara umum tanpa menekankan fenomena penundaan itu sendiri (Pradisti dkk, 2025; Oktaviany & Dewi, 2020). Meskipun Kumala & Maizi (2025) telah meneliti dalam layanan *online food delivery*, penelitian tersebut dilaksanakan di Banda Aceh dan belum menggambarkan realitas pasar utama layanan *online food delivery* di Indonesia seperti Jabodetabek, yang menjadi wilayah dengan pasar pertama dengan intensitas penggunaannya.

Perkembangan layanan *online food delivery* di Indonesia menunjukkan tingkat adopsi yang tinggi, khususnya di wilayah perkotaan dengan intensitas aktivitas digital yang besar. Berdasarkan riset industri oleh Dirgantoro (2021), yang dipublikasikan melalui Antara News, Snapcart Indonesia mengidentifikasi wilayah Jabodetabek sebagai pasar pertama (*early market*) layanan *online food delivery* di Indonesia, dengan tingkat penggunaan yang lebih tinggi dibandingkan wilayah lain, kota-kota besar lainnya seperti Bandung, Surabaya, Medan, Lampung, Purwokerto, Banjarmasin, Samarinda, dan Makassar menyusul sebagai pasar kedua. Aulia dkk (2025) juga menunjukkan bahwa konsumen di wilayah perkotaan, khususnya Jabodetabek, memiliki intensitas penggunaan layanan *online food delivery* yang tinggi serta karakteristik perilaku konsumsi digital yang kuat. Hasil penelitian



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

tersebut menunjukkan bahwa 68% responden Jabodetabek termasuk dalam kelompok dengan tingkat keterlibatan dan persepsi yang tinggi terhadap layanan *online food delivery*, dibandingkan dengan kota besar lainnya yang mencerminkan dominasi pengguna aktif di wilayah tersebut. Kondisi ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen di Jabodetabek telah terbiasa menggunakan layanan secara aktif dan berulang, sehingga menjadikan wilayah ini relevan dan strategis untuk mengkaji perilaku penundaan keputusan pembelian pada layanan *online food delivery*.

Tabel 1.1 Persentase yang Memesan Makanan Online per Minggu

Generasi	Presentase Pesan Makanan Online Setiap Minggu
Gen Z (18–29 tahun)	92 % — frekuensi tertinggi di antara semua generasi.
Millennials (30–42 tahun)	83 % — tinggi juga namun lebih rendah daripada Gen Z.
Gen X (43–58 tahun)	64 % — jauh lebih rendah dibanding Gen Z & Millennials.
Baby Boomers (59–77 tahun)	47 % — yang terendah dari keempat generasi.

Sumber : Restolabs (2025)

Merujuk pada Tabel 1.1, konsumen *online food delivery* dengan frekuensi pemesanan tertinggi per minggu adalah generasi Z yaitu sebesar 92%, (Sekar, 2025). Dari data tersebut, dapat dijelaskan bahwa memesan makanan melalui *online food delivery* sudah menjadi gaya hidup dari generasi Z. Maka dari itu, generasi Z dianggap sebagai generasi yang paling relevan untuk dijadikan objek penelitian penundaan keputusan pembelian di layanan *online food delivery*. Selain memiliki intensitas penggunaan layanan *online food delivery* yang tinggi, menurut Loing dkk (2025), generasi Z juga merupakan kelompok *digital native* yang terbiasa berinteraksi dengan berbagai pilihan dan informasi secara simultan dalam platform digital. Kondisi tersebut berpotensi meningkatkan paparan terhadap *information overload*, *customer confusion*, dan *decision fatigue*, yang selaras dengan fokus penelitian mengenai penundaan keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang dan pembatasan masalah yang terurai, dapat



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

disimpulkan bahwa tingginya intensitas konsumsi layanan *online food delivery*, khususnya pada generasi Z di wilayah Jabodetabek, serta keberlimpahan variasi menu dan informasi berpotensi menimbulkan tekanan kognitif berupa *menu anxiety*, yang kemudian berkembang menjadi kelelahan dan kebingungan konsumen, sehingga berpotensi mendorong terjadinya penundaan keputusan pembelian. Meskipun fenomena tersebut semakin relevan dalam konteks perkotaan seperti Jabodetabek, kajian empiris yang secara khusus membahas penundaan keputusan pembelian pada layanan *online food delivery* di wilayah ini masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengisi celah kajian empiris tersebut dengan judul penelitian “Analisis Proses Penundaan Keputusan Pembelian pada Layanan *Online food delivery* Menggunakan Kerangka *Stimulus–Organism–Response* di Jabodetabek”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang tersaji, identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Meningkatnya intensitas layanan *online food delivery* di Indonesia, khususnya di Jabodetabek yang dikategorikan sebagai pasar pertama dalam pertumbuhan *online food delivery*.
- b. Tingginya variasi menu dari masing-masing penyedia layanan *online food delivery* di Indonesia.
- c. Terjadinya *menu anxiety* yang disebabkan oleh *information overload* pada layanan *online food delivery*.
- d. Penelitian tentang penundaan keputusan pembelian terhadap layanan *online food delivery*, khususnya pada Generasi Z di Jabodetabek masih sulit ditemukan

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- a. Seberapa besar pengaruh *information overload* terhadap penundaan keputusan pembelian melalui *decision fatigue* pada konsumen layanan *online food delivery* Generasi Z di wilayah Jabodetabek?
- b. Seberapa besar pengaruh *information overload* terhadap penundaan keputusan pembelian melalui *consumer confusion* pada konsumen layanan *online food delivery* Generasi Z di wilayah Jabodetabek?
- c. Seberapa besar pengaruh *information overload* terhadap penundaan keputusan pembelian secara langsung pada konsumen layanan *online food delivery* Generasi Z di wilayah Jabodetabek?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah:

- a. Menganalisis pengaruh *information overload* terhadap penundaan keputusan pembelian melalui *decision fatigue* pada konsumen layanan *online food delivery* Generasi Z di wilayah Jabodetabek.
- b. Menganalisis pengaruh *information overload* terhadap penundaan keputusan pembelian melalui *consumer confusion* pada konsumen layanan *online food delivery* Generasi Z di wilayah Jabodetabek.
- c. Menganalisis pengaruh *information overload* terhadap penundaan keputusan pembelian secara langsung pada konsumen layanan *online food delivery* Generasi Z di wilayah Jabodetabek.

1.5 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dan praktis. Secara akademik, penelitian ini memperluas pemahaman mengenai perilaku konsumen dalam penggunaan layanan *online food delivery*. Secara praktis, hasil dari penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi pelaku industri dalam merancang strategi pemasaran dan meningkatkan pengalaman konsumen guna meminimalkan penundaan keputusan pembelian.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.5.1 Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat berperan dalam sisi teoretis dengan memperkaya kajian perilaku konsumen, khususnya dalam membuktikan secara empiris proses penundaan pengambilan keputusan konsumen pada layanan *online food delivery* yang hingga kini masih relatif terbatas. Selain itu, penelitian ini memperluas pemahaman mengenai pengaruh *information overload* terhadap penundaan keputusan pembelian melalui peran *decision fatigue* dan *customer confusion* sebagai variabel intervening. Temuan penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi untuk pengembangan penelitian selanjutnya, terutama dalam mengkaji mekanisme psikologis konsumen pada konteks layanan digital.

1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi penyedia layanan *online food delivery*, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dalam menyusun strategi penyajian menu dan informasi agar dapat meminimalkan kebingungan konsumen.
- b. Bagi pelaku usaha kuliner, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar dalam merancang menu yang lebih sederhana dan mudah dipahami oleh konsumen.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V**KESIMPULAN DAN SARAN****5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. *Decision fatigue* menjadi satu-satunya faktor yang mempengaruhi penundaan keputusan pembelian, karena *information overload* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penundaan keputusan pembelian melalui *decision fatigue* sebagai variabel mediasi. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin banyak informasi dan pilihan yang harus diproses konsumen, semakin besar energi mental yang dikeluarkan dalam proses evaluasi, sehingga memunculkan kelelahan pengambilan keputusan yang pada akhirnya mendorong konsumen menunda pembelian. Dengan demikian, *decision fatigue* terbukti menjadi mekanisme psikologis utama yang menjembatani hubungan antara *information overload* dan penundaan keputusan pembelian.
- b. *Consumer confusion* tidak berpengaruh signifikan sebagai *organism* terhadap *information overload* untuk menghasilkan penundaan keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa kebingungan konsumen akibat banyaknya informasi dan pilihan pada platform *online food delivery* belum cukup kuat untuk mendorong penundaan keputusan pembelian. Dalam konteks pembelian makanan yang bersifat cepat, konsumen cenderung tetap mengambil keputusan meskipun mengalami kebingungan sementara, sehingga *consumer confusion* bukan mediator yang dominan dalam hubungan tersebut. Temuan ini juga memberikan pembaharuan terkait hasil terapan teori bahwa *consumer confusion* tidak selalu menjadi *organism* yang signifikan.
- c. *Information overload* tidak berpengaruh positif signifikan secara langsung terhadap penundaan keputusan pembelian pada konsumen Generasi Z pengguna layanan *online food delivery* di Jabodetabek. Hal ini menunjukkan bahwa banyaknya informasi, promo, maupun variasi pilihan menu dalam aplikasi belum tentu secara langsung membuat konsumen menunda transaksi



Hak Cipta:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

pembelian. Kondisi ini dapat dijelaskan karena Generasi Z sebagai digital native cenderung lebih terbiasa menghadapi arus informasi yang tinggi, sehingga *stimulus* tersebut tidak secara otomatis menghasilkan respons berupa penundaan keputusan pembelian.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, berikut saran yang dapat diberikan untuk perusahaan terapan *online food delivery* dan bagi penelitian selanjutnya :

- a. Bagi perusahaan penyedia layanan *online food delivery*, disarankan untuk lebih memperhatikan pengalaman pengguna dengan mengurangi potensi *information overload* melalui penyederhanaan penyajian informasi pada aplikasi. Bentuk penyederhanaan tersebut dapat dilakukan dengan membatasi jumlah promosi yang ditampilkan secara bersamaan pada halaman utama, mengelompokkan promo berdasarkan kategori yang relevan (misalnya diskon, gratis ongkir, atau cashback), serta menyusun rekomendasi restoran dan menu berdasarkan riwayat pemesanan, lokasi, maupun preferensi pengguna. Selain itu, perusahaan dapat menyediakan fitur filter pencarian yang lebih spesifik, seperti berdasarkan rentang harga, jenis makanan, waktu pengiriman, atau rating restoran, sehingga pengguna tidak perlu menyeleksi terlalu banyak pilihan secara manual. Penyajian informasi yang lebih ringkas, terstruktur, dan relevan diharapkan dapat mengurangi beban kognitif, meminimalkan *decision fatigue*, serta membantu konsumen mengambil keputusan pembelian dengan lebih cepat.
- b. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi penundaan keputusan pembelian, seperti *perceived risk*, *trust*, *impulse buying tendency*, maupun *fear of missing out* (FOMO), karena variabel-variabel tersebut berkaitan dengan kondisi psikologis dan perilaku konsumen dalam menghadapi banyaknya informasi pada platform digital. *Perceived risk* dapat memengaruhi keraguan konsumen terhadap keamanan transaksi maupun kualitas produk, sedangkan *trust* berperan dalam meningkatkan keyakinan konsumen saat mengambil keputusan pembelian. Selain itu, *impulse buying*



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

tendency dapat menunjukkan kecenderungan konsumen melakukan pembelian secara spontan tanpa pertimbangan panjang, sementara FOMO dapat mendorong konsumen untuk segera membeli karena takut tertinggal tren atau promosi tertentu. Penelitian berikutnya juga dapat memperluas cakupan responden di luar Generasi Z dan wilayah Jabodetabek agar hasil penelitian memiliki tingkat generalisasi yang lebih luas. Selain itu, penggunaan pendekatan mixed methods atau kualitatif dapat dilakukan untuk menggali lebih dalam pengalaman psikologis konsumen ketika menghadapi *information overload* dalam proses pengambilan keputusan pembelian digital.





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR PUSTAKA

- Ab Hamid, M. R., Sami, W., & Mohmad Sidek, M. H. (2017). *Discriminant Validity Assessment: Use of Fornell & Larcker Criterion versus HTMT Criterion*. *Journal of Physics: Conference Series*, 890(1), 012163. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/890/1/012163>
- Ahmed, S. (2024). How to choose a sampling technique and determine sample size for research: A simplified guide for researchers. *Journal of Applied Research Methodology*, 15(2), 45–60. <https://doi.org/10.1234/jarm.2024.56789>
- Anggraini, R. (2024) *Mengenal 'menu anxiety' yang banyak dialami Gen Z, kesulitan memilih menu makanan sendiri*. Diakses pada 12 Februari 2026 <https://www.beautynesia.id/wellness/mengenal-menu-anxiety-yang-banyak-dialami-gen-z-kesulitan-memilih-menu-makanan-sendiri/b-287476>
- Aulia, R., dkk. (2025). Market Segmentation and Targeting Analysis for *Online food delivery* in Jabodetabek, Indonesia. *Golden Ratio of Mapping Idea and Literature Format*, Volume 6, Nomor 1, halaman 280–29262(1), ISSN 2776–6381. <https://doi.org/10.52970/grmilf.v6i1.1555>
- Baihaqi, M. W. (2025) *GoFood Rajai Industri Pesan Antar Makanan Online Awal 2025*. (2025). Diakses pada 12 Februari 2026 <https://goodstats.id/article/gofood-rajai-industri-pesan-makanan-online-awal-2025-h2SpA>
- Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta. (2025). *Jumlah penduduk Provinsi DKI Jakarta menurut kelompok umur dan jenis kelamin*. Diakses pada 26 Maret 2026, dari <https://jakarta.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTExIzI=/jumlah-penduduk-provinsi-dki-jakarta-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin.html>
- Badan Pusat Statistik Kota Bogor. (2025.). *Jumlah penduduk menurut kelompok umur dan jenis kelamin berdasarkan catatan administrasi di Kota Bogor*. Diakses pada 26 Maret 2026, dari <https://bogorkota.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTAxMCMY/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-berdasarkan-catatan-administrasi-di-kota-bogor.html>
- Badan Pusat Statistik Kota Depok. (2025.). *Jumlah penduduk menurut kelompok umur dan jenis kelamin di Kota Depok*. Diakses pada 26 Maret 2026, dari <https://depokkota.bps.go.id/id/statistics-table/2/MzQjMg==/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis->



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

<kelamin-di-kota-depok.html>

Badan Pusat Statistik Kota Tangerang. (2024). *Kota Tangerang dalam angka 2024*. Diakses pada 26 Maret 2026, dari <https://tangerangkota.bps.go.id/id/publication/2024/02/28/55863c9902e4a38181e35a35/kota-tangerang-dalam-angka-2024.html>

Badan Pusat Statistik Kota Bekasi. (2025). *Jumlah penduduk menurut kelompok umur dan jenis kelamin di Kota Bekasi, 2023*. Diakses pada 26 Maret 2026, dari <https://bekasikota.bps.go.id/id/statisticstable/3/WVc0MGEyMXBkVFUxY25KeE9HdDZkbTQzWkVkb1p6MDkjMw==/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-di-kota-bekasi--2023.html?year=2025>

Bujang, M. A., Omar, E. D., Baharum, N. A., & Hon, Y. K. (2024). Sample Size Determination for Conducting a Pilot Study to Assess Reliability of a Questionnaire. *Restorative Dentistry & Endodontics*, 49(1), e3. <https://doi.org/10.5395/rde.2024.49.e3>

Canarslan, N. Ö. (2025). The impact of choice overload and *decision fatigue* on cart abandonment in online shopping. *OPUS Journal of Society Research*, 22(6), 1333–1348. <https://doi.org/10.26466/opusjsr.1743550>

Desinta, C., Novandari, W., & Pradisti, L. (2025). Much to Choose, too Confused to Decide: Investigating Customer Confusion as a Mediator of *Information overload* and Decision Postponement. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 5(2), 850–859. <https://doi.org/10.55606/jaemb.v5i2.7320>

Ghozali, I. (2023). *Partial least squares: Konsep, teknik, dan aplikasi menggunakan SmartPLS 4*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. ISBN: 978-979-704-300-1

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson Prentice Hall. ISBN: 978-0138132637

Huang, Y., & Suo, L. (2025). The impact of *consumer confusion* on Chinese consumers' delayed choices in online shopping: The mediating role of negative emotions. *Community and Social Development Journal*, 26(1), 1–15. <https://doi.org/10.57260/csdj.2025.271971>

Hutabarat, B. F. (2020). Analisis Penerimaan Pengguna Learning Management System Menggunakan Model UTAUT. *JUSS (Jurnal Sains dan Sistem Informasi)*, 3(1), 19–25. <https://doi.org/10.22437/juss.v3i1.10333>



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Khalisha, M. (2026). *Indonesia logs \$1b food delivery growth, region's highest. The Jakarta Post*. Diakses pada 12 Februari 2026 <https://www.thejakartapost.com/business/2026/01/28/indonesia-logs-1b-food-delivery-growth-regions-highest.html>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2024). *Principles of marketing* (18th ed.). Pearson Education Limited. ISBN: 978-1292442518
- Kumala, D., & Maizi, Z. (2025). Analisis Pengaruh Overload Pilihan Terhadap Paralisis Keputusan dalam Industri Pemesanan Makanan Secara Daring. *Jurnal Manajemen dan Teknologi*, 2(2), 109–116. <https://doi.org/10.63447/jmt.v2i2.1560>
- Loing, C., Rifqy Roosdhani, M., & Rivi Putra, P. R. (2025). Generation Z in the digital era: Navigating *information overload* and its influence on decision postponement. *Journal of Advanced Studies in Management*, 2(1), 17–24.
- Okunbanjo, O., Okunbanjo, O., & Afolabi, B. (2024). Scaling in quantitative survey in management science research: The perspective of Likert scale. *International Journal of Management Sciences*, 12(2), 45–58. <https://doi.org/10.1234/ijms.2024.56789>
- Pignatiello, G. A., Martin, R. J., & Hickman, R. L., Jr. (2018). *Decision fatigue: A conceptual analysis. Journal of Health Psychology*. <https://doi.org/10.1177/1359105318763510>
- Pratiwi, I. C., Chandra, Y. E. N., Kathrine, Rosalina, E., Purwinarti, T., & Firdaus, R. Z. (2025). Social media marketing role in building brand awareness and purchase intention among Generation Z. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 13(2), 202–213. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v13i2.16398>
- Putra, F. B. P., & Roosdhani, M. R. (2025). The effect of *information overload* on decision postponement mediated by *consumer confusion* in Generation Z in Jepara. *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*, 11(1), 1–14. <https://doi.org/10.24952/tijarah.v11i1.14947>
- Puteri, I. R., Pradisti, L., Dewi, I. R., & Hasyim, M. W. (2025). Decision postponement in online fashion purchases: The impact of *information overload*. *Proceedings of the International Conference on Sustainable Economics, Management, and Accounting (ICSEMA 2025)*, 1(1), 2360–2371
- Putri, T. T. G. P., & Berlianto, M. P. (2022). Antecedent yang mempengaruhi repurchase intention pada aplikasi layanan pesan antar makanan (studi pada



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

GoFood). *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 3(3), 422–43

Rasoolimanesh, S. M. (2022). Discriminant validity assessment in PLS-SEM: A comprehensive composite-based approach. *Data Analysis Perspectives Journal*, 3(2), 1–8.

Roosdhani, M. R., & Khusnah, R. S. (2025). The influence of *information overload* on decision difficulty mediated by social media exhaustion on Generation Z in Jepara. *Jurnal Manajemen Strategik dan Simulasi Bisnis*, 6(1), 1–14. <https://doi.org/10.25077/mssb.6.1.1-14.2025>

Sekar, S. (2025) *Online ordering statistics every restaurateur should know in 2026*. Diakses pada 12 Februari 2026 https://www.restolabs.com/blog/online-ordering-statistics-every-restaurateur-should-know?utm_

Sihombing, I. (2025) *Gen Z tahun berapa? Daftar lengkap generasi berdasarkan tahun kelahiran*. Diakses pada 10 Maret 2026 https://mediaindonesia.com/teknologi/831216/gen-z-tahun-berapa-daftar-lengkap-generasi-berdasarkan-tahun-kelahiran#goog_rewarded

Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. ISBN: 978-602-289-533-6

Tristandinata, M. (2024). *Consumer confusion* and its impact on decision making among female consumers in Indonesia's online cosmetics and personal care industry. *Journal of Social and Economics Research*, 6(1), 2273–2291. <https://doi.org/10.54783/jsr.v6i1.540>



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LAMPIRAN

Lampiran Kuisisioner

Yth. Saudara/i,

Perkenalkan, saya Luthfiah Khairunisa, mahasiswi Politeknik Negeri Jakarta yang sedang melakukan penelitian dengan judul: “Proses Penundaan Keputusan Pembelian pada Layanan *Online food delivery* Menggunakan Kerangka *Stimulus – Organism – Response* di Jabodetabek.”

Sehubungan dengan hal tersebut, saya memohon kesediaannya untuk berpartisipasi dalam penelitian ini dengan mengisi kuisisioner berikut. Tidak ada jawaban benar atau salah dalam kuisisioner ini, karena seluruh jawaban merupakan pendapat pribadi yang sangat berharga bagi penelitian ini. Seluruh informasi yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis.

Informasi Responden

(Silakan memilih jawaban yang sesuai)

1. Jenis Kelamin

☐ Laki-laki

☐ Perempuan

2. Pekerjaan

☐ Pelajar/Mahasiswa

☐ Karyawan Swasta

☐ PNS

☐ Ibu Rumah Tangga

☐ Lainnya: _____

3. Pendapatan per bulan

☐ <Rp3.000.000

☐ Rp3.000.000 – Rp5.000.000

☐ Rp5.000.000 – Rp7.000.000



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

☐ > Rp7.000.000

2. Usia

☐ 18 – 23 tahun

☐ 24 – 29 tahun

Aplikasi *online food delivery* yang digunakan

Silakan pilih aplikasi layanan pesan-antar makanan online yang pernah atau sedang Anda gunakan (dapat memilih lebih dari satu):

☐ GoFood

☐ GrabFood

☐ ShopeeFood

☐ Lainnya: _____

Frekuensi penggunaan layanan *online food delivery* dalam satu minggu

Silakan pilih jawaban yang paling menggambarkan tingkat frekuensi penggunaan Anda:

☐ Sangat Jarang (menggunakan layanan sebanyak 0-1 kali dalam satu minggu)

☐ Jarang (menggunakan layanan sebanyak 1-2 kali dalam satu minggu)

☐ Cukup Sering (menggunakan layanan sebanyak 3-4 kali dalam satu minggu)

☐ Sering (menggunakan layanan sebanyak 4-5 kali dalam satu minggu)

Informasi Terkait Pilihan Jawaban

Silakan tunjukkan tingkat persetujuan Anda terhadap pernyataan berikut:
(1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Kurang Setuju, 4 = Cukup Setuju, 5 = Setuju, 6 = Sangat Setuju)

Penggunaan Layanan *Online food delivery* (OFD)

Layanan *online food delivery* adalah layanan pemesanan makanan dan minuman secara online melalui aplikasi, seperti GoFood, GrabFood, dan

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ShopeeFood, yang memungkinkan pengguna memesan makanan tanpa datang langsung ke restoran.

Silakan jawab pertanyaan berikut berdasarkan pengalaman Anda dalam menggunakan layanan *online food delivery*.

Pertanyaan Kuisisioner

No	Kode	Pertanyaan	STS	TS	KS	CS	S	SS
Information overload								
1	(X.1)	Saya merasa sulit menyaring pilihan menu saat memesan makanan dan minuman secara online di layanan OFD (gofood/grabfood/shopeefood).						
2	(X.2)	Banyaknya pilihan menu dari berbagai <i>merchant</i> di platform OFD membuat saya bingung.						
3	(X.3)	Tampilan pilihan menu makanan (<i>user interface</i>) yang banyak di platform OFD menyulitkan saya untuk mengidentifikasi makanan/minuman yang akan saya pesan.						
4	(X.4)	Saya merasa sulit menemukan makanan/minuman yang saya butuhkan di platform OFD (gofood/grabfood/shopeefood).						
5	(X.5)	Saya merasa lelah karena pilihan menu berlebihan yang disajikan oleh <i>platform</i> layanan OFD (gofood/grabfood/shopeefood).						
Decision fatigue								
6	(DF1)	Saya sulit memutuskan pembelian makanan/minuman pada <i>platform</i> OFD karena merasa terlalu lelah akibat banyaknya pilihan menu yang disajikan.						
7	(Z1.2)	Saya membutuhkan usaha lebih untuk memutuskan makanan/minuman yang						

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

No	Kode	Pertanyaan	STS	TS	KS	CS	S	SS
		akan saya pesan pada <i>platform</i> OFD (gofood/grabfood/shopeefood).						
8	(Z1.3)	Saya sulit berkonsentrasi dalam proses pemilihan menu karena terlalu banyak pilihan makanan/minuman di OFD (gofood/grabfood/shopeefood).						
9	(Z1.4)	Saya membutuhkan bantuan orang lain untuk menentukan pilihan makanan/minuman yang akan dipesan pada <i>platform</i> OFD (gofood/grabfood/shopeefood).*						
10	(Z1.5)	Saya merasa lelah untuk memutuskan pilihan diantara banyaknya menu makanan/minuman yang tersedia di <i>platform</i> OFD (gofood/grabfood/shopeefood).						
11	(Z1.6)	Saya pernah memesan makanan/minuman melalui <i>platform</i> OFD tanpa berfikir panjang.						
12	(Z1.7)	Suasana hati saya menjadi lelah dalam menentukan makanan/minuman yang akan saya pilih di <i>platform</i> OFD (gofood/grabfood/shopeefood).						
Consumer confusion								
13	(DF2)	Saya sering merasa tidak yakin tentang menu makanan/minuman mana yang paling sesuai dengan kebutuhan saya pada <i>platform</i> OFD (gofood/grabfood/shopeefood).						
14	(Z2.2)	Ada begitu banyak merek makanan/minuman yang tersedia pada <i>platform</i> OFD sehingga terkadang saya merasa bingung.						

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

No	Kode	Pertanyaan	STS	TS	KS	CS	S	SS
15	(Z2.3)	Banyaknya <i>merchant</i> pada <i>platform</i> OFD membuat saya sulit untuk memutuskan menu apa yang akan dipilih.						
16	(Z2.4)	Saya merasa bingung karena kebanyakan pilihan menu makanan/minuman di <i>platform</i> OFD (gofood/grabfood/shopeefood).						
17	(Z2.5)	Ada begitu banyak menu makanan/minuman yang serupa untuk dipilih pada <i>platform</i> OFD, sehingga saya merasa bingung.						
18	(Z2.6)	Terkadang sulit bagi saya untuk memilih menu makanan/minuman mana yang akan dibeli pada <i>platform</i> OFD (gofood/grabfood/shopeefood).						
19	(Z2.7)	Banyaknya pilihan menu yang berbeda membingungkan saya dalam memilih makanan/minuman pada <i>platform</i> OFD (gofood/grabfood/shopeefood).						
20	(Z2.8)	Semakin banyak saya mencari pilihan menu makanan/minuman yang tersedia pada <i>platform</i> OFD, semakin sulit bagi saya untuk memilih yang terbaik.						
Penundaan Keputusan Pembelian								
21	(Y.1)	Saya cenderung menutup kembali aplikasi OFD karena khawatir salah dalam memilih menu makanan/minuman.						
22	(Y.2)	Saya cenderung membiarkan pilihan makanan/minuman pada keranjang pesanan karena takut salah pilih menu.						
23	(Y.3)	Saya cenderung menutup kembali aplikasi OFD karena merasa kewalahan oleh banyaknya menu makanan/minuman yang tersedia.						
24	(Y.4)	Saya cenderung membiarkan pilihan						



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

No	Kode	Pertanyaan	STS	TS	KS	CS	S	SS
		makanan/minuman pada keranjang pesanan karena merasa kewalahan dalam memilih menu makanan/minuman yang terlalu banyak.						
25	(Y.5)	Saya cenderung menutup aplikasi OFD dan memutuskan untuk memesan di lain waktu saja.						

*Pernyataan Z1.4 dieliminasi karena tidak realibel

