

Analisis Pengaruh Overload Pilihan terhadap Paralisis Keputusan dalam Industri Pemesanan Makanan Secara Daring

Devi Kumala ^{1*}, Zahrul Maizi ²

^{1,2} Program Studi Bisnis Digita, Universitas Muhammadiyah Aceh, Kota Banda Aceh, Provinsi Aceh, Indonesia.

Email: devi.kumala@unmuha.ac.id ^{1*}, zahrul.maizi@unmuha.ac.id ²

Histori Artikel:

Dikirim 19 Juli 2025; *Diterima dalam bentuk revisi* 24 Agustus 2025; *Diterima* 10 September 2025; *Diterbitkan* 1 November 2025. Semua hak dilindungi oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) STMIK Indonesia Banda Aceh.

Abstrak

Industri pemesanan makanan daring berkembang pesat dan memberikan kemudahan bagi konsumen dalam memilih hidangan. Namun, semakin banyaknya pilihan yang tersedia sering kali menimbulkan kebingungan dan kesulitan dalam membuat keputusan. Fenomena overload pilihan, yang terjadi ketika terlalu banyak opsi ditawarkan, dapat menyebabkan paralisis keputusan, di mana konsumen kesulitan memilih atau bahkan tidak membuat keputusan sama sekali. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh overload pilihan terhadap paralisis keputusan dalam pemesanan makanan daring dan melihat bagaimana faktor-faktor demografis seperti usia dan jenis kelamin mempengaruhi pengalaman konsumen. Melalui survei dengan 100 responden, data dianalisis menggunakan analisis regresi dan uji t sampel independen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa overload pilihan berpengaruh signifikan terhadap paralisis keputusan, dengan overload pilihan menjelaskan sekitar 28% variasi dalam paralisis keputusan. Selain itu, ditemukan perbedaan signifikan antara kelompok usia muda dan dewasa terkait fenomena ini, sementara jenis kelamin tidak mempengaruhi pengambilan keputusan. Temuan ini memberikan dasar bagi pengelola platform pemesanan makanan untuk merancang aplikasi dengan antarmuka sederhana dan pilihan yang lebih terkurasi guna mengurangi kebingungan dan memperbaiki pengalaman pengguna dalam mengambil keputusan.

Kata Kunci: Overload Pilihan; Paralisis Keputusan; Pemesanan Makanan Daring; Pengambilan Keputusan.

Abstract

The online food delivery industry has grown rapidly, providing convenience for consumers to choose meals. However, the increasing number of available options often leads to confusion and difficulty in making decisions. The phenomenon of choice overload, which occurs when too many options are offered, can lead to decision paralysis, where consumers struggle to choose or may not make a decision at all. This study aims to examine the impact of choice overload on decision paralysis in online food ordering and explore how demographic factors such as age and gender affect consumer experiences. A survey of 100 respondents was conducted, and the data were analyzed using regression analysis and independent sample t-tests. The results show that choice overload significantly affects decision paralysis, explaining about 28% of the variation in decision paralysis. Additionally, significant differences were found between younger and older age groups regarding this phenomenon, while gender did not influence decision-making. These findings provide a basis for food delivery platform managers to design applications with a simple interface and more curated options to reduce confusion and enhance the user experience in decision-making.

Keyword: Choice Overload; Decision Paralysis; Online Food Ordering; Decision-Making.

1. Pendahuluan

Perkembangan pesat industri pemesanan makanan daring memberikan kemudahan akses bagi konsumen dalam memilih berbagai pilihan hidangan dengan cepat dan praktis. Berbagai platform online menawarkan berbagai menu dari restoran yang berbeda, memungkinkan konsumen untuk memilih dengan bebas sesuai preferensi mereka. Namun, seiring bertambahnya jumlah pilihan yang tersedia, fenomena *choice overload* atau kelebihan pilihan menjadi isu yang patut diperhatikan. Ketika dihadapkan pada terlalu banyak opsi, konsumen sering kali mengalami kesulitan dalam membuat keputusan. Akibat dari *choice overload*, paralisis keputusan menjadi hal yang sering dijumpai, di mana konsumen merasa bingung dan kesulitan dalam menentukan pilihan, bahkan hingga akhirnya tidak mengambil tindakan sama sekali. Hal ini dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dan mengurangi efektivitas proses pemesanan dalam platform daring. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana *overload* pilihan mempengaruhi keputusan konsumen, serta mencari solusi agar pengalaman pengguna dalam memilih makanan tetap efisien dan menyenangkan. Dengan memahami dampak dari fenomena ini, pengelola platform dapat merancang antarmuka dan strategi pemasaran yang lebih baik untuk mempermudah konsumen dalam membuat keputusan tanpa merasa terbebani.

Kemajuan teknologi telah merubah cara konsumen memilih produk, termasuk dalam industri pemesanan makanan daring. Platform daring menawarkan berbagai pilihan yang memudahkan pengguna, namun jumlah opsi yang berlebihan justru dapat menyebabkan kebingungan dalam proses pengambilan keputusan. Fenomena *choice overload* terjadi ketika banyaknya pilihan yang disediakan melebihi kemampuan individu dalam memproses informasi, sehingga mengganggu keputusan yang akan diambil (Scheibehenne, Greifeneder, & Todd, 2010). Townsend dan Kahn (2014) mengidentifikasi bahwa cara pilihan ditampilkan, baik secara visual maupun verbal, mempengaruhi persepsi konsumen terhadap keragaman pilihan yang ada. Pilihan yang disajikan dengan visual yang jelas dapat mengurangi kesan *overload* dan membantu pengguna membuat keputusan dengan lebih mudah. Sebaliknya, pilihan yang terlalu banyak atau disajikan dalam format verbal dapat memperburuk kebingungan dan meningkatkan rasa kesulitan dalam memilih. Penelitian Saltsman *et al.* (2019) menambahkan bahwa faktor psikologis, seperti tingkat kecemasan, juga mempengaruhi cara konsumen merespons *overload* pilihan. Studi ini bertujuan untuk menganalisis dampak *overload* pilihan terhadap pengambilan keputusan dalam pemesanan makanan daring serta faktor-faktor yang memperburuk atau memperbaiki pengalaman tersebut.

Penelitian terkini menunjukkan bahwa terlalu banyak pilihan tidak selalu memberikan keuntungan bagi konsumen. Dar dan Gul (2024) menyoroti fenomena “less is better” (lebih sedikit lebih baik), di mana jumlah pilihan yang berlebihan justru dapat mengurangi kepuasan konsumen dan meningkatkan rasa tertekan dalam proses pengambilan keputusan. Hal ini berimplikasi pada perilaku konsumen serta strategi pemasaran, yang menunjukkan bahwa mengurangi jumlah pilihan dapat meningkatkan kenyamanan dalam membuat keputusan dan hasil yang lebih memuaskan. Misuraca *et al.* (2024) juga mengidentifikasi berbagai faktor yang dapat mempengaruhi dampak *overload* pilihan. Konsumen dengan tingkat pengetahuan produk yang lebih tinggi atau keterlibatan yang lebih besar dalam keputusan pembelian cenderung lebih mudah mengelola banyaknya pilihan. Sebaliknya, mereka yang kurang berpengalaman atau memiliki motivasi yang lebih rendah mungkin merasa kewalahan dan lebih mudah terjebak dalam paralisis keputusan. Hüber *et al.* (2012) menunjukkan bahwa kesulitan dalam memproses informasi dan ketidakpastian tentang hasil keputusan juga berperan besar dalam memperburuk pengalaman *overload* pilihan. Hal ini membuat konsumen lebih rentan terhadap perasaan bingung dan akhirnya menghindari pengambilan keputusan, yang dapat berdampak pada efektivitas pemesanan makanan daring.

Fan (2024) menjelaskan bahwa *overload* pilihan dapat menghambat proses pengambilan keputusan konsumen, yang berujung pada kebingungan dan keputusan yang tidak optimal. Semakin banyak pilihan yang tersedia, semakin besar kemungkinan konsumen akan merasa tertekan dan kesulitan memilih, yang akhirnya dapat menurunkan kepuasan mereka. Dalam industri pemesanan

makanan daring, fenomena ini menjadi masalah signifikan karena aplikasi sering kali menawarkan banyak opsi yang dapat membingungkan pengguna. Penelitian Kannia dan Frieyadi (2022) menunjukkan bahwa pemilihan aplikasi pemesanan makanan dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk jumlah pilihan yang disediakan. Menggunakan metode Analytical Hierarchy Process (AHP), mereka menemukan bahwa aplikasi dengan antarmuka sederhana dan pilihan yang lebih sedikit cenderung lebih dipilih oleh konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa pengurangan jumlah pilihan dalam aplikasi dapat memperbaiki kenyamanan dan mempermudah pengambilan keputusan. Yulius dan Sufeno (2024) juga mengamati bahwa dalam strategi pemasaran restoran cloud kitchen, pemilihan yang relevan dan terkurasi dengan baik dapat mengurangi kebingungan konsumen. Fokus pada pilihan yang lebih sedikit namun lebih tepat sasaran terbukti dapat meningkatkan pengalaman pengguna dan mengurangi dampak negatif dari overload pilihan.

Hadijah dan Yunita (2020) menunjukkan bahwa penggunaan sistem berbasis web dapat meningkatkan efisiensi dan kenyamanan pengguna dalam berbagai transaksi, termasuk penjualan tiket. Meskipun penelitian mereka fokus pada penjualan tiket, hasil tersebut dapat diaplikasikan pada aplikasi pemesanan daring, di mana sistem yang mudah diakses dan efisien juga berperan penting dalam mengurangi kesulitan konsumen dalam memilih. Kemudahan navigasi dalam aplikasi dapat mengurangi perasaan kewalahan saat memilih. Kurniawan *et al.* (2022) mengembangkan sistem informasi pemesanan menu berbasis Android yang memungkinkan rumah makan mengelola pesanan dengan lebih mudah. Mereka menekankan pentingnya desain antarmuka yang sederhana dan mudah dipahami. Pengguna tidak akan merasa terbebani oleh banyaknya pilihan apabila aplikasi dirancang dengan cara yang memudahkan pengambilan keputusan, tanpa menambah kebingungan.

Penelitian oleh Silalahi *et al.* (2024) pada aplikasi "Makan Kuy" menunjukkan bahwa desain UI/UX yang baik dapat mempengaruhi kenyamanan pengguna dalam berinteraksi dengan aplikasi. Evaluasi terhadap aplikasi tersebut menemukan bahwa kemudahan dalam navigasi dan pengelolaan pilihan sangat mempengaruhi tingkat kepuasan pengguna. Aplikasi dengan desain yang efektif dapat membantu mengurangi overload pilihan yang sering kali menyebabkan kesulitan dalam mengambil keputusan. Diannissa dan Pratomo (2023) meneliti niat perilaku konsumen dalam memilih restoran makanan sehat dan menemukan bahwa kemudahan dalam akses dan pemilihan menjadi faktor penting dalam keputusan konsumen. Penelitian ini menunjukkan bahwa aplikasi pemesanan makanan yang mudah digunakan dapat mempermudah proses pengambilan keputusan, mengurangi kebingungan yang timbul dari terlalu banyak pilihan.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa overload pilihan dapat menghambat proses pengambilan keputusan konsumen, terutama dalam aplikasi pemesanan makanan daring. Semakin banyak pilihan yang tersedia, semakin besar kemungkinan konsumen merasa kesulitan dalam memilih, yang dapat berujung pada paralisis keputusan. Oleh karena itu, penting untuk merancang aplikasi dengan antarmuka yang sederhana dan efisien agar konsumen dapat membuat keputusan tanpa merasa terbebani. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh overload pilihan terhadap keputusan konsumen dalam pemesanan makanan daring dan memberikan rekomendasi untuk memperbaiki pengalaman pengguna. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan efektivitas dan kenyamanan dalam proses pemesanan.

2. Metode Penelitian

Menganalisis pengaruh overload pilihan terhadap paralisis keputusan serta dampaknya terhadap pengambilan keputusan dalam pemesanan makanan secara daring. Ajizah, (2022) Penelitian ini juga melihat bagaimana perbedaan jumlah pilihan menu dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam menentukan pilihan, serta hubungan dengan kepuasan pengguna dan kemungkinan pembatalan pesanan. Selain itu, penelitian ini juga mempertimbangkan pengaruh usia dan jenis kelamin terhadap fenomena overload pilihan. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk memberikan pemahaman yang lebih jelas mengenai dampak dari overload pilihan pada

pengalaman pengguna di platform pemesanan makanan daring. Hipotesis yang diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

- 1) H01: Overload pilihan tidak berpengaruh signifikan terhadap paralisis keputusan.
- 2) Ha1: Overload pilihan berpengaruh signifikan terhadap paralisis keputusan.
- 3) H02: Tidak ada perbedaan signifikan antara pria dan wanita terkait overload pilihan.
- 4) Ha2: Ada perbedaan signifikan antara pria dan wanita terkait overload pilihan.
- 5) H03: Tidak ada perbedaan signifikan antara pria dan wanita terkait paralisis keputusan.
- 6) Ha3: Ada perbedaan signifikan antara pria dan wanita terkait paralisis keputusan.
- 7) H04: Tidak ada perbedaan signifikan antara individu muda dan dewasa terkait overload pilihan.
- 8) Ha4: Ada perbedaan signifikan antara individu muda dan dewasa terkait overload pilihan.
- 9) H05: Tidak ada perbedaan signifikan antara individu muda dan dewasa terkait paralisis keputusan.
- 10) Ha5: Ada perbedaan signifikan antara individu muda dan dewasa terkait paralisis keputusan.

Pendekatan kuantitatif digunakan untuk memperoleh data yang dapat mendukung tujuan penelitian. Yuliani *et al.* (2024) Survei dilakukan melalui formulir Google menggunakan metode convenience sampling. Kuesioner terdiri dari beberapa pertanyaan untuk menyaring peserta yang belum pernah menggunakan platform pemesanan makanan daring, serta pertanyaan demografis mengenai usia, jenis kelamin, dan status sosial ekonomi. Pertanyaan pertama dalam survei adalah: "Apakah Anda pernah memesan makanan secara daring?" Untuk memastikan kelayakan data, peserta yang tidak memenuhi kriteria disaring. Survei menghasilkan 100 responden, dengan 98 responden memenuhi kriteria. Sampel terdiri dari 45% pria dan 55% wanita, dengan kelompok usia terbagi menjadi 53% di bawah 40 tahun dan 47% di atas 40 tahun.

Untuk mengukur pengaruh overload pilihan terhadap paralisis keputusan, digunakan skala Likert. Responden memilih pernyataan yang paling mencerminkan perilaku pengambilan keputusan mereka, dengan rentang 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju). Variabel dependen, paralisis keputusan, mencerminkan kebingungan dalam memilih opsi yang paling menguntungkan. Pertanyaan yang diajukan termasuk: "Semakin banyak pilihan yang saya hadapi, semakin sulit untuk memilih pilihan terbaik." Overload pilihan diukur melalui pernyataan seperti: "Jumlah pilihan makanan yang tersedia membuat saya bingung" dan "Dengan banyaknya pilihan, saya kesulitan membedakan produk." Skor lebih tinggi pada skala ini mencerminkan tingkat kebingungan yang lebih besar yang disebabkan oleh overload pilihan.

Persetujuan dari peserta diperoleh sebelum pengumpulan data dimulai. Setiap peserta diberikan penjelasan mengenai tujuan penelitian melalui survei, dengan pernyataan persetujuan yang menyatakan bahwa mereka setuju berpartisipasi setelah membaca informasi yang diberikan. Data yang dikumpulkan dijamin akan tetap anonim dan tidak akan dibagikan kepada pihak ketiga. Peserta juga diberi kesempatan untuk menghentikan partisipasi kapan saja tanpa konsekuensi.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Hasil

Penelitian ini mengungkapkan hasil analisis terhadap data yang dikumpulkan, yang memberikan pemahaman mengenai pengaruh overload pilihan terhadap paralisis keputusan. Berdasarkan Tabel 1, analisis regresi menunjukkan bahwa overload pilihan memiliki pengaruh signifikan terhadap paralisis keputusan, dengan nilai $b=1,08$, $t(79)=5,42$, $R^2=0,28$, $F=31,12$, $p<0,01$. Hal ini berarti bahwa overload pilihan menjelaskan sekitar 28% variasi dalam skor paralisis keputusan yang dialami oleh responden. Dengan hasil tersebut, hipotesis nol H01 yang menyatakan bahwa overload pilihan tidak mempengaruhi paralisis keputusan, ditolak. Penemuan ini menunjukkan bahwa semakin banyak pilihan yang tersedia, semakin besar kemungkinan konsumen merasa bingung dan kesulitan dalam mengambil keputusan. Fenomena ini memengaruhi pengalaman pengguna saat memesan makanan secara daring, yang berpotensi memperlambat proses pengambilan keputusan dan meningkatkan tingkat ketidakpuasan.

Tabel 1. Analisis Regresi Overload Pilihan terhadap Paralisis Keputusan (N=80)

| Model | B | SE B | t | p |
|------------------|-------|------|------|-------|
| Konstan | 20.92 | 3.75 | 5.57 | <.001 |
| Overload Pilihan | 1.08 | 0.2 | 5.42 | <.001 |
| R ² | | | | 0,28 |
| F | | | | 31,12 |

p<0,01, p<0,05, p<0,10 B = Koefisien, SE B = Kesalahan Standar

Tabel 1 menunjukkan hasil analisis regresi dengan overload pilihan sebagai variabel independen yang mempengaruhi paralisis keputusan. Koefisien untuk overload pilihan adalah 1,08 dengan nilai t sebesar 5,42, yang menunjukkan signifikansi pada p<0,001. Model regresi ini menjelaskan 28% dari variasi dalam skor paralisis keputusan (R²=0,28), dengan nilai F sebesar 31,12 (p<0,01). Hasil ini menunjukkan bahwa semakin banyak pilihan yang ditawarkan, semakin besar kemungkinan responden mengalami kesulitan dalam membuat keputusan.

Tabel 2 menunjukkan hasil uji t sampel independen, yang menyimpulkan bahwa tidak ada perbedaan signifikan pada skor paralisis keputusan antara responden pria (M=44,87, SD=10,51) dan wanita (M=43,13, SD=11,23), t(71)=0,63, p>0,05. Begitu juga, tidak ditemukan perbedaan signifikan pada skor overload pilihan antara responden pria (M=19,61, SD=5,76) dan wanita (M=18,47, SD=5,36), t(71)=1,11, p>0,05. Oleh karena itu, hipotesis nol H02 dan H03 diterima untuk kedua variabel ini, dan hipotesis alternatif ditolak.

Tabel 2. Analisis T-Test Independen Overload Pilihan (OP) dan Paralisis Keputusan (PK) Berdasarkan Jenis Kelamin (N=72)

| Variabel | n | M | SD | t | p |
|-----------|----|-------|-------|------|------|
| PK Pria | 36 | 44.87 | 10.51 | 0.63 | 0.53 |
| PK Wanita | 36 | 43.13 | 11.23 | nan | nan |
| OP Pria | 36 | 19.61 | 5.76 | 1.11 | 0.27 |
| OP Wanita | 36 | 18.47 | 5.36 | nan | nan |

p<0,01, p<0,05, p<0,10

Tabel 2 menunjukkan hasil uji t sampel independen untuk variabel overload pilihan (OP) dan paralisis keputusan (PK) berdasarkan jenis kelamin. Tidak ditemukan perbedaan signifikan antara pria dan wanita pada skor paralisis keputusan (p=0,53) dan overload pilihan (p=0,27). Hal ini menunjukkan bahwa jenis kelamin tidak memengaruhi tingkat kebingungan atau kesulitan dalam mengambil keputusan yang disebabkan oleh banyaknya pilihan yang tersedia dalam pemesanan makanan daring.

Tabel 3. Analisis T-Test Independen Overload Pilihan (OP) dan Paralisis Keputusan (PK) Berdasarkan Usia (N=80)

| Variabel | n | M | SD | t | p |
|----------|----|-------|-------|------|-------|
| PK < 40 | 41 | 47.56 | 9.84 | 3.49 | 0.001 |
| PK > 40 | 39 | 39.45 | 10.22 | nan | nan |
| OP < 40 | 41 | 21.14 | 4.65 | 3.42 | 0.001 |
| OP > 40 | 39 | 17.88 | 5.12 | nan | nan |

p<0,01, p<0,05, p<0,10

Tabel 3, terdapat perbedaan signifikan antara kedua kelompok usia terkait overload pilihan dan paralisis keputusan, dengan p<0,01. Untuk skor paralisis keputusan, perbedaan signifikan ditemukan antara responden di bawah 40 tahun (M=47,56, SD=9,84) dan di atas 40 tahun (M=39,45, SD=10,22), t(79)=3,49, p<0,01. Demikian pula, terdapat perbedaan signifikan pada skor

overload pilihan antara responden di bawah 40 tahun ($M=21,14$, $SD=4,65$) dan di atas 40 tahun ($M=17,88$, $SD=5,12$), $t(79)=3,42$, $p<0,01$. Berdasarkan hasil ini, hipotesis nol $H04$ dan $H05$ ditolak.

3.2 Pembahasan

Penelitian menunjukkan bahwa overload pilihan berpengaruh signifikan terhadap paralisis keputusan dalam pemesanan makanan daring. Semakin banyak pilihan yang tersedia, semakin besar kemungkinan konsumen merasa kebingungan dan kesulitan dalam memilih. Hal ini konsisten dengan temuan Scheibehenne, Greifeneder, & Todd (2010), yang menunjukkan bahwa banyaknya opsi dapat menghambat proses pengambilan keputusan. Konsumen yang dihadapkan pada terlalu banyak pilihan cenderung mengalami kesulitan dalam menentukan pilihan terbaik, yang akhirnya memperlambat proses pengambilan keputusan dan berpotensi meningkatkan ketidakpuasan. Townsend dan Kahn (2014) juga mengungkapkan bahwa cara pilihan disajikan, baik visual maupun verbal, mempengaruhi persepsi konsumen. Pilihan yang disajikan dengan cara yang lebih terstruktur dan visual lebih mudah diproses, mengurangi efek overload pilihan. Hal ini penting untuk pengelola platform pemesanan makanan yang perlu memikirkan cara menyajikan pilihan dengan jelas, agar pengguna tidak merasa tertekan oleh banyaknya opsi.

Terkait dengan faktor demografis, hasil menunjukkan bahwa kelompok usia muda lebih rentan terhadap overload pilihan dibandingkan kelompok usia dewasa. Temuan ini mendukung penelitian Misuraca *et al.* (2024), yang menunjukkan bahwa generasi muda cenderung lebih terlibat dengan teknologi, tetapi juga lebih terpengaruh oleh banyaknya pilihan yang tersedia. Sementara itu, tidak ditemukan perbedaan signifikan antara pria dan wanita dalam respons mereka terhadap overload pilihan. Hal ini mengindikasikan bahwa jenis kelamin tidak mempengaruhi kecenderungan untuk merasa terbebani oleh banyaknya pilihan yang ada. Dari hasil tersebut, pengelola platform pemesanan makanan dapat merancang aplikasi dengan antarmuka yang lebih sederhana dan pilihan yang lebih terkurasi. Mengurangi jumlah pilihan yang disajikan sekaligus mengelompokkan menu berdasarkan kategori yang jelas akan membantu mengurangi overload pilihan dan mempercepat pengambilan keputusan. Hal ini akan memberikan pengalaman yang lebih efisien bagi pengguna dan meningkatkan tingkat kepuasan mereka dalam menggunakan aplikasi.

Pengurangan jumlah pilihan yang ditawarkan dapat membantu meminimalkan fenomena overload pilihan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan pengguna dan efektivitas pemesanan dalam aplikasi. Penelitian ini memberikan dasar penting bagi pengelola platform untuk mempertimbangkan penyajian pilihan yang lebih terstruktur dan disesuaikan dengan kebutuhan demografis pengguna agar lebih efisien dalam membantu mereka membuat keputusan.

4. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa overload pilihan secara signifikan memengaruhi paralisis keputusan dalam industri pemesanan makanan daring. Semakin banyak pilihan yang tersedia, semakin besar kemungkinan konsumen merasa bingung dan kesulitan memilih, yang pada akhirnya menghambat proses pengambilan keputusan dan meningkatkan ketidakpuasan. Hasil analisis regresi mengungkapkan bahwa overload pilihan menjelaskan sekitar 28% variasi dalam paralisis keputusan yang dialami responden. Hal ini menunjukkan bahwa memberikan terlalu banyak pilihan dapat memperlambat pengambilan keputusan konsumen. Selain itu, perbedaan antara kelompok usia muda dan dewasa mengindikasikan bahwa faktor usia mempengaruhi cara konsumen merespons overload pilihan. Konsumen di bawah usia 40 tahun lebih rentan terhadap paralisis keputusan dibandingkan dengan mereka yang berusia lebih dari 40 tahun. Namun, jenis kelamin tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap overload pilihan dan paralisis keputusan, yang berarti pria dan wanita merespons fenomena ini dengan cara yang serupa. Temuan ini memberikan panduan bagi pengelola platform pemesanan makanan untuk merancang aplikasi dengan antarmuka yang lebih sederhana dan jumlah pilihan yang lebih terkurasi. Dengan cara ini, pengguna dapat membuat keputusan lebih cepat tanpa merasa tertekan oleh banyaknya opsi yang tersedia. Penelitian

ini juga menggarisbawahi pentingnya menyesuaikan desain aplikasi dengan preferensi dan kebutuhan konsumen berdasarkan faktor-faktor demografis, seperti usia, untuk meningkatkan pengalaman pengguna.

5. Daftar Pustaka

- Ajizah, N. (2022). Pengaruh work-family conflict dan work overload terhadap job performance: burnout sebagai variabel intervening. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/40765>
- Dar, A. and Gul, M. (2024). The “less is better” paradox and consumer behaviour: a systematic review of choice overload and its marketing implications. *Qualitative Market Research an International Journal*, 28(1), 122-145. <https://doi.org/10.1108/qmr-01-2024-0006>
- Diannissa, R. and Pratomo, L. (2023). Antecedents of behavioral intention on food restaurant health. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 2091-2106. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.15369>
- Fan, Y. (2024). The impact of choice overload on consumers. *Advances in Economics Management and Political Sciences*, 68(1), 162-166. <https://doi.org/10.54254/2754-1169/68/20241383>
- Hadijah, S. and Yunita, F. (2020). Sistem informasi penjualan tiket boat berbasis web. *Jurnal Perangkat Lunak*, 2(3), 115-122. <https://doi.org/10.32520/jupel.v2i3.1113>
- Hüber, F., Köcher, S., Vogel, J., & Meyer, F. (2012). Dazing diversity: investigating the determinants and consequences of decision paralysis. *Psychology and Marketing*, 29(6), 467-478. <https://doi.org/10.1002/mar.20535>
- Kannia, N. and Frieyadie, F. (2022). Analisa pemilihan aplikasi pemesanan makanan online menggunakan metode analytical hierarchy process (ahp). *Jurnal Sosial Teknologi*, 2(11), 972-983. <https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v2i11.479>
- Kurniawan, W., Husein, A., & Simanjuntak, D. (2022). Perancangan sistem informasi pelayanan pemesanan menu pada rumah makan rindu alam jambi berbasis android. *JMSUNAMA*, 2(2), 230-238. <https://doi.org/10.33998/jms.2022.2.2.142>
- Misuraca, R., Nixon, A., Miceli, S., Stefano, G., & Abbate, C. (2024). On the advantages and disadvantages of choice: future research directions in choice overload and its moderators. *Frontiers in Psychology*, 15. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1290359>
- Saltsman, T., Seery, M., Kondrak, C., Lamarche, V., & Streamer, L. (2019). Too many fish in the sea: a motivational examination of the choice overload experience. *Biological Psychology*, 145, 17-30. <https://doi.org/10.1016/j.biopsycho.2019.03.010>
- Scheibehenne, B., Greifeneder, R., & Todd, P. (2010). Can there ever be too many options? a meta-analytic review of choice overload. *Journal of Consumer Research*, 37(3), 409-425. <https://doi.org/10.1086/651235>
- Silalahi, M., Michelli, L., Umayasyah, H., Mu'adin, D., & Zen, B. (2024). Evaluasi heuristik dan system usability scale ui/ux pada aplikasi “makan kuy”. *Jurnal Ilmiah Media Sisfo*, 18(1), 57-67. <https://doi.org/10.33998/mediasisfo.2024.18.1.1475>

- Townsend, C. and Kahn, B. (2014). The “visual preference heuristic”: the influence of visual versus verbal depiction on assortment processing, perceived variety, and choice overload. *Journal of Consumer Research*, 40(5), 993-1015. <https://doi.org/10.1086/673521>
- Yuliani, H., Pratama, B., Putri, I. L., & Prasetya, A. (2024). PENGARUH GRIT, WORK-LIFE BALANCE DAN KOMPENSASI TERHADAP TURNOVER INTENTION PADA KARYAWAN MILENIAL : PERAN MEDITASI TERHADAP JOB SATISFACTION. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(3), 1141-1167. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i3.4561>
- Yulius, K. and Sufeno, V. (2024). Analisis aspek pemasaran restoran cloud kitchen tacokuy di bandung, jawa barat. *Jurnal Hospitality Dan Pariwisata*, 10(1). <https://doi.org/10.30813/jhp.v10i1.5208>