

KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang terus memberikan hikmat dan kesehatan yang luar biasa dalam menyelesaikan tugas akhir persyaratan akademik guna mengejar studi Strata dua Magister Manajemen di Universitas Pelita Harapan Surabaya ini. Penulis meyakini bahwa pengungkapan, penyajian, maupun penggunaan kata-kata dan bahasa pada penelitian ini dirasa masih sangat jauh dari sempurna. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan saran, kritik, dan segala bentuk pengarahannya dari semua pihak untuk perbaikan studi kasus ini.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang begitu besar kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung atas terselesaikannya studi kasus ini hingga akhir. Ucapan terima kasih ini khususnya ditujukan kepada:

1. Bapak Dr. Ronald S.T., M.M. selaku executive director di Universitas Pelita Harapan Surabaya, serta sebagai pembimbing kedua dan pembimbing akademik yang telah membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan yang saya lalui selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Surabaya.
2. Ibu Dr. Amelia S.E., RFP-I., M.M, selaku Pembimbing utama yang telah membantu, membimbing, memberi perhatian, tenaga, serta memberikan dorongan kepada saya dari awal perkuliahan dan selama proses pengerjaan tugas akhir ini dari awal hingga selesai.
3. Ibu Dr. Yolanda Soediby, S.T., M.M, selaku dosen penguji pertama yang memberikan masukan dan arahan kepada penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.
4. Dr. Yanuar Dananjaya, B.Sc., M.M, selaku penguji kedua yang turut membantu saya dalam memberi masukan dan arahan kepada penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.

5. Kedua orang tua saya Khoe Rudy Handoyo Wahyudin dan Fridyawati Udjari, yang senantiasa mendoakan, memberikan semangat serta dukungan, dan membantu dalam hal finansial sehingga penelitian ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya.
6. Teman-teman dan pacar saya yang telah menyemangati dan membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan yang saya lalui selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya, terutama dalam perihal analisis sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan semestinya serta tepat waktu.
7. Keluarga saya yang selalu mendoakan saya diberi kemudahan untuk mengerjakan tugas akhir dengan lancar
8. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyusunan penelitian ini.

Hanya doa yang dapat penulis panjatkan semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas semua kebaikan dan dukungan dari Bapak, Ibu, Saudara, dan teman-teman sekaligus. Semoga studi kasus ini bisa bermanfaat terutama bagi diri pribadi penulis serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan topik yang sama. Segala kritik dan saran atas studi kasus ini tentunya akan sangat bermanfaat untuk penyempurnaan selanjutnya.

Surabaya, 17 Desember 2022

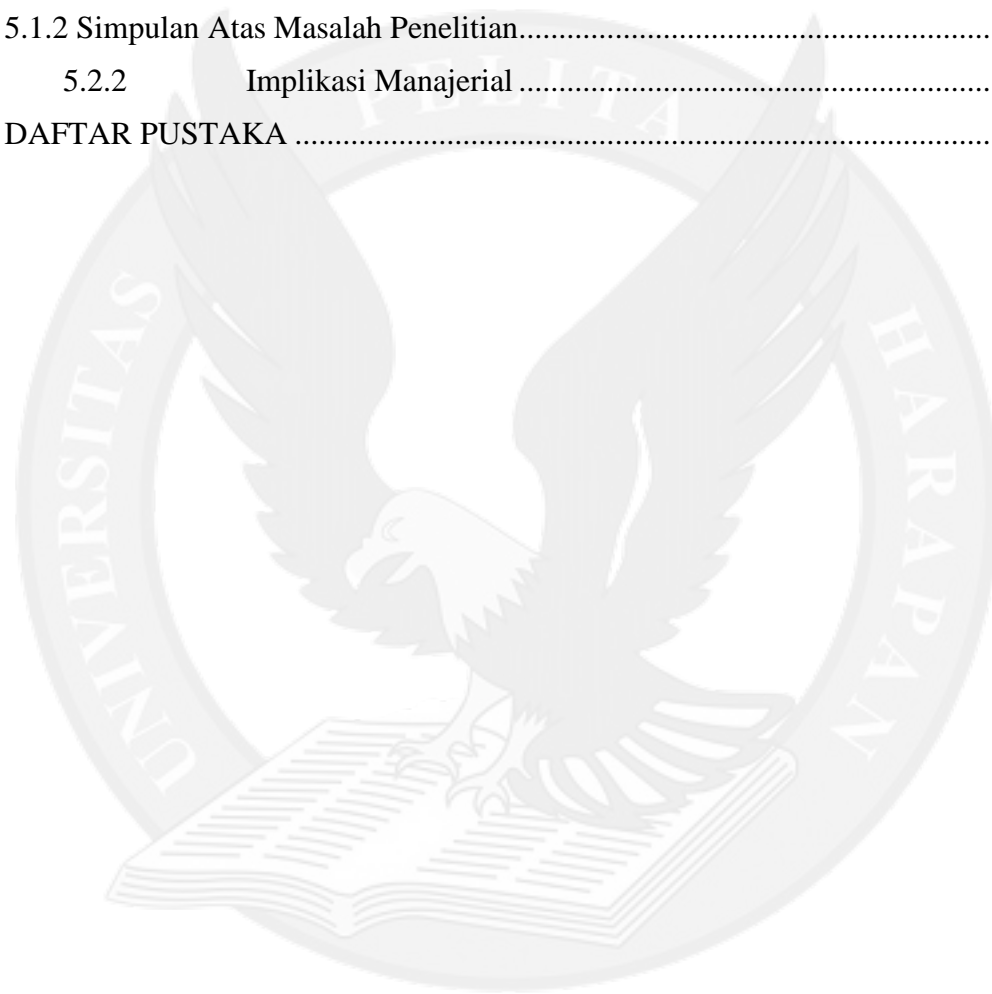
Grace Cecilia

DAFTAR ISI

THESIS	i
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah	13
1.3 Rumusan Masalah	14
1.4 Tujuan Penelitian	15
1.5 Manfaat Penelitian	15
1.6 Sistematika Penulisan	16
BAB II	18
TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	18
2.1 Landasan Teori	18
2.1.1 <i>Repurchase Intention</i>	18
2.1.2 <i>Perceived value</i>	20
2.1.3 <i>Mobile Electronic Word Of Mouth (Mobile eWOM)</i>	21
2.1.4 <i>Information quality</i>	22
2.1.5 <i>Source credibility</i>	23
2.1.6 <i>Review valence</i>	23
2.1.7 <i>System quality</i>	24
2.1.8 <i>Navigation system</i>	24
2.1.9 <i>Compatibility</i>	25
2.1.10 <i>Perceived ease of use</i>	25
2.1.11 <i>Overall Restaurant Image</i>	26
2.1.12 <i>EWOM</i>	27
2.1.13 <i>System quality</i>	27
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.3 Pengembangan Hipotesis	30
2.4 Model Penelitian	33
2.5 Bagan Alur Berpikir	33
BAB III	35
3.1 Jenis Penelitian	35

3.2	Populasi dan Sampel	35
3.2.1	Populasi	35
3.2.2	Sampel.....	36
3.3	Metode Pengumpulan Data	37
3.4	Definisi Operasional dan Pengukuran Variable.....	40
3.5	Metode Analisis Data	42
3.5.1	Pengelolaan Data.....	42
3.5.2	Pengujian Hipotesis.....	43
3.5.2.1	Uji Validitas	43
3.5.2.2	Uji Reabilitas.....	44
3.5.2.3	Uji Asumsi Klasi	44
3.5.2.4	Analisis Regresi Linear Sederhana (simple linear regression)	44
3.5.2.5	Koefisien Korelasi (R)	47
3.5.2.6	Koefisien Determinasi.....	48
3.5.2.7	Uji F	48
3.5.2.8	Uji T	49
BAB IV	50
4.1	Gambaran Umum Shopee Food	50
4.2	Analisa Data	51
4.2.1	Statistik Deskriptif	51
4.2.1.1	Karakteristik Responden.....	51
4.2.1.2	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	52
4.2.1.3	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
4.2.1.4	Tanggapan Responden.....	54
4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel.....	63
4.2.3	Uji Validitas	75
4.2.4	Uji Reliability.....	76
4.2.5	Pengujian Asumsi Klasik Regresi	76
4.3	Metode Analisis Statistik	81
4.3.1	Analisis Regresi	81
4.3.1.1	Analisis Regresi Sederhana.....	81
4.3.1.2	Analisis Regresi Berganda	83

4.3.2 Analisis Koefisien Korelasi.....	85
4.4 Metode Pengujian Hipotesis.....	87
4.4.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji-F).....	87
4.4.2 Uji Signifikansi Parsial (Uji-T).....	87
4.5 Pembahasan.....	89
BAB V.....	108
KONKLUSI, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI	108
5.1 Simpulan	108
5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian.....	114
5.2.2 Implikasi Manajerial	116
DAFTAR PUSTAKA	126



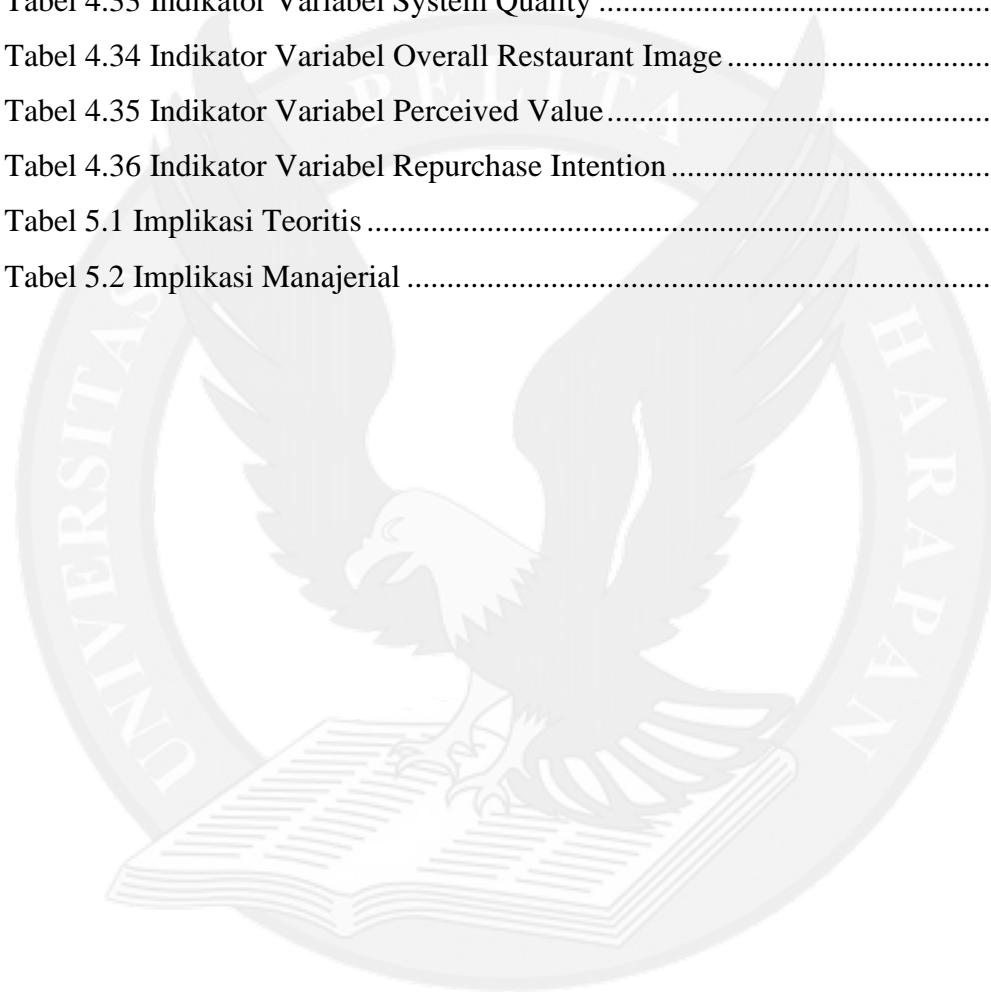
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 ShopeeFood	5
Gambar 1.2 Penilaian ShopeeFood	6
Gambar 1.3 Nilai GMV Perusahaan Pesan-Antar Makanan di Asia Tenggara	7
Gambar 1.4 Bukti komentar baik pada Shopee	8
Gambar 1.5 Bukti komentar baik pada Shopee	9
Gambar 1.6 Bukti eWOM terhadap ShopeeFood di Youtube	9
Gambar 1.7 Shopee mendapat penghargaan Best E-Commerce di Ajang Selular Award 2021	11
Gambar 1.8 Bukti komentar terhadap makanan di ShopeeFood	11
Gambar 2.1 Model Penelitian	33
Gambar 2.2 Bagan Alur Berpikir	33
Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Usia	52
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Gambar 4.3 Scatterplot Uji Normalitas Perceived Value	80
Gambar 4.4 Scatterplot Uji Normalitas Repurchase Intention	81
Gambar 4.5 Scatterplot Uji Heterokedastisitas Perceived Value	82
Gambar 4.6 Scatterplot Uji Heterokedastisitas Repurchase Intention	83
Gambar 4.7 Hasil Penelitian	121

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Desain inti Kuisisioner	39
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	41
Tabel 3.3 Normality Test Interval	44
Tabel 3.4 Corellation Scale	48
Tabel 3.5 Determination Scale	49
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.3 Derajat Penilaian Setiap Variabel	55
Tabel 4.4 Tanggapan Responden terhadap EWOM.....	56
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap System Quality.....	58
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap Overall Restaurant Image	60
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap Perceived Value	61
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap Repurchase Intention	63
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel EWOM	65
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel System Quality	67
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel ORI.....	70
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Perceived Value....	72
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Repurchase Intention	73
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Variabel EWOM	75
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Variabel System Quality	75
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Variabel ORI.....	75
Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas Variabel Perceived Value.....	75
Tabel 4.18 Hasil Uji Validitas Variabel Repurchase Intention	75
Tabel 4.19 Uji Reliabilitas	76
Tabel 4.20 Uji Kolmogorov Smirnov (K-S)	77
Tabel 4.21 Nilai Tolerance dan VIF	78
Tabel 4.22 Spearman Test Correlation.....	80
Tabel 4.23 Hasil Uji Linearitas	81

Tabel 4.24 Hasil Uji Regresi Sederhana (PV*RI)	82
Tabel 4.25 Hasil Uji Regresi Berganda (EWOM,SQ,ORI*RI).....	83
Tabel 4.26 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 1 (R2).....	86
Tabel 4.27 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 2 (R2).....	86
Tabel 4.28 Hasil Uji F.....	87
Tabel 4.29 Hasil Uji t.....	88
Tabel 4.32 Indikator Variabel EWOM	95
Tabel 4.33 Indikator Variabel System Quality	97
Tabel 4.34 Indikator Variabel Overall Restaurant Image	100
Tabel 4.35 Indikator Variabel Perceived Value	103
Tabel 4.36 Indikator Variabel Repurchase Intention	137
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis	115
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial	120



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A : KUESIONER PENELITIAN	A-1
LAMPIRAN B : LAMPIRAN TABULASI DATA	B-1
LAMPIRAN C : LAMPIRAN HASIL UJI DESKRIPTIF	C-1
LAMPIRAN D : LAMPIRAN HASIL TURNITIN	D-1

