

DAFTAR ISI

ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Pertanyaan Penelitian	10
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	11
1.5. Sistematika Penulisan	11
BAB II	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1. Technology Acceptance Model Theory	13
2.2. Mobile Food-Ordering Application (MFOA) Usage	13
2.3. Mobile Food-Ordering Application (MFOA) Satisfaction	15
2.4. Restaurant Brand Satisfaction	16
2.5. Restaurant Brand Loyalty	16
2.6. Hubungan Antar Variabel	17
2.6.1. Hubungan MFOA Usage dengan MFOA Satisfaction	17
2.6.2. Hubungan MFOA Satisfaction dengan Restaurant Brand Satisfaction	18
2.6.3. Hubungan MFOA Satisfaction dengan Restaurant Brand Loyalty	19
2.6.4. Hubungan Restaurant Brand Satisfaction dengan Restaurant Brand Loyalty	20
2.7. Model Penelitian	24
BAB III	25
METODOLOGI PENELITIAN	25

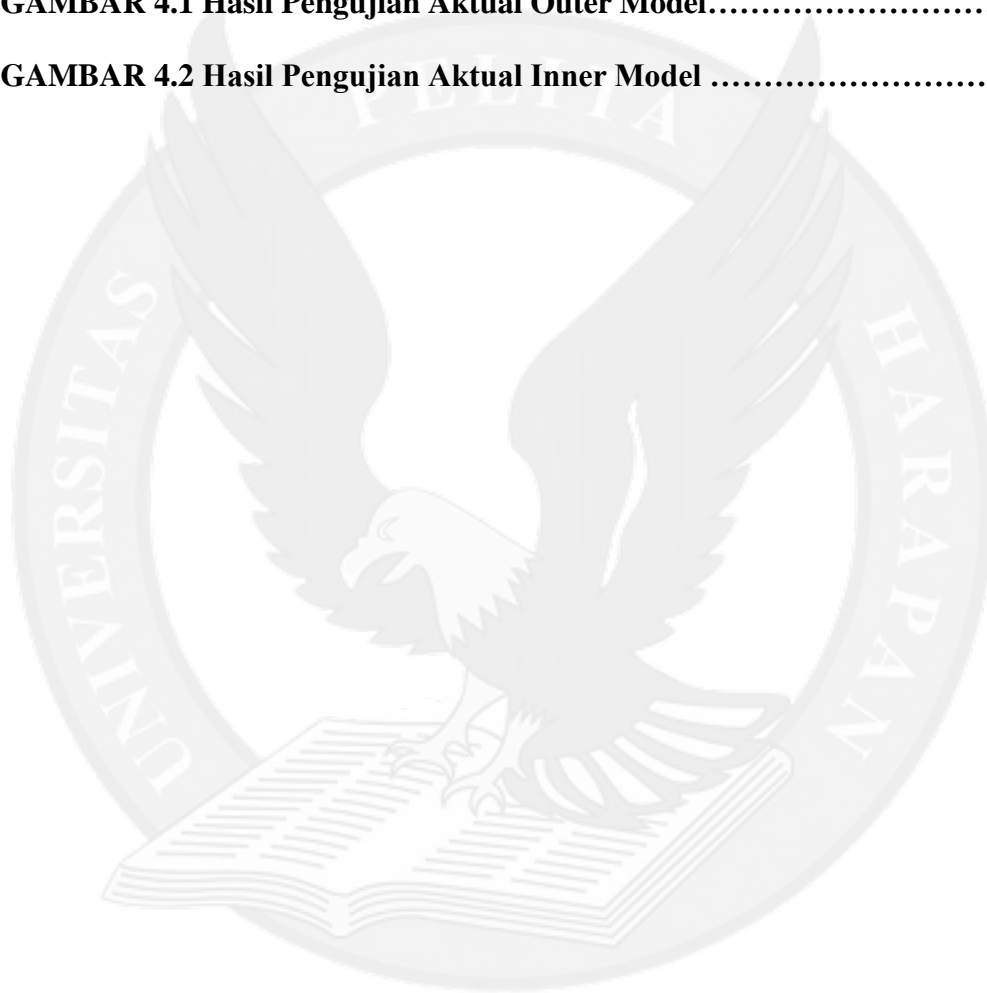
3.1.	Paradigma Penelitian.....	25
3.2.	Metode dan Jenis Penelitian.....	26
3.3.	Unit Analisis.....	27
3.4.	Pengukuran Variabel.....	28
3.4.1.	Variabel	28
3.4.2.	Variabel Independen	28
3.4.3.	Variabel Dependen.....	29
3.4.4.	Variabel Mediasi	29
3.5.	Definisi Konseptual dan Operasional	29
3.6.	Skala Pengukuran	32
3.7.	Metode Pengumpulan Data.....	34
3.7.1.	Data Primer	34
3.7.2.	Data Sekunder	34
3.8.	Populasi dan Sampel.....	35
3.8.1.	Populasi.....	35
3.8.2.	Sampel.....	35
3.9.	Teknik Pengambilan Sampel	35
3.10.	Jumlah Sampel.....	36
3.11.	Teknis Analisis Data	37
3.11.1	Statistik Deskriptif	38
3.11.2	Laporan Statistik Inferensial	40
3.11.3	Outer Model.....	40
3.11.4	Inner Model	41
3.12	Studi Pendahuluan	41
3.12.1	Uji Reliabilitas Studi Pendahuluan.....	42
3.12.1.1	Hasil Uji Reliabilitas Pendahuluan	42
3.12.2	Uji Validitas Studi Pendahuluan.....	43
3.12.2.1	Hasil Uji Validitas Pendahuluan	43
BAB IV		47
HASIL DAN PEMBAHASAN		47
4.1	Profil Responden	47
4.2	Hasil Uji Statistik Deskriptif	49
4.3	Hasil Uji Statistik Inferensial	51
4.3.1	Outer Model.....	51
4.3.2	Inner Model.....	56
4.4	Pembahasan.....	63
BAB V.....		69

KESIMPULAN DAN SARAN	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Implikasi Teoritis.....	70
5.3 Implikasi Manajerial	71
5.4 Keterbatasan dan Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	73



DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1 Jumlah Restoran Burger King tahun 2009-2021.....	3
GAMBAR 1.2 Grafik Perbandingan makanan cepat saji.....	7
GAMBAR 1.3 Aplikasi Seluler Burger King Indonesia	8
GAMBAR 4.1 Hasil Pengujian Aktual Outer Model.....	51
GAMBAR 4.2 Hasil Pengujian Aktual Inner Model	57



DAFTAR TABEL

TABEL 1.1 Pendapatan Total PT Sari Burger Indonesia 2018-2020.....	4
TABEL 1.2 Persentase Perbandingan makanan cepat saji.....	6
TABEL 3.1 Definisi Konseptual dan Operasional.....	29
TABEL 3.2 Standar Uji PLS-SEM	38
TABEL 3.3 Rentang Nilai dan Kategori Mean.....	38
TABEL 3.4 Hasil Cronbach's Alpha dan Composite Reliability pre-test.....	42
TABEL 3.5 Hasil Outer Loading Pre-Test.....	43
TABEL 3.6 Hasil AVE Pre-Test.....	45
TABEL 3.7 Hasil HTMT Pre-Test.....	45
TABEL 4.1 Hasil Deskriptif Profil Responden.....	47
TABEL 4.2 Hasil Analisa Statistik Deskriptif.....	49
TABEL 4.3 Hasil Cronbach's Alpha dan Composite Reliability actual test	52
TABEL 4.4 Hasil Outer Loading Actual Test	53
TABEL 4.5 Hasil AVE Actual Test	54
TABEL 4.6 Hasil HTMT Actual Test	55
TABEL 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas (VIF)	56
TABEL 4.8 Hasil R-Square	57
TABEL 4.9 Hasil Model FIT	59
TABEL 4.10 Hasil Pengujian Hipotesis	60

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A Kuesioner Penelitian	86
LAMPIRAN B Hasil SmartPLS 4 Uji Pendahuluan	98
LAMPIRAN C Hasil SmartPLS 4 Uji Aktual	101

