

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	2
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR .....	4
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	5
<b>PENGARUH <i>INFORMATION QUALITY</i>, <i>CUSTOMER EXPERIENCE</i>, <i>PRICE</i>, DAN <i>SERVICE QUALITY</i> TERHADAP <i>PURCHASE INTENTION</i> DAN <i>PURCHASE INTENTION</i> DENGAN MENGGUNAKAN <i>CUSTOMER PERCEIVED VALUE</i> SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI PADA APLIKASI GOFOOD TERHADAP GENERASI MILENIAL) .....</b>	<b>6</b>
KATA PENGANTAR.....	7
DAFTAR ISI.....	9
DAFTAR GAMBAR.....	11
DAFTAR TABEL .....	12
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>13</b>
<b>1.1 Latar Belakang Penelitian .....</b>	<b>14</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>	<b>21</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>22</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian .....</b>	<b>22</b>
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	23
1.4.2 Manfaat Praktis .....	23
<b>1.5 Sistematika Penulisan .....</b>	<b>23</b>
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>24</b>
<b>2.1. <i>Information Quality</i>.....</b>	<b>25</b>
<b>2.2 <i>Customer Experience</i> .....</b>	<b>26</b>
<b>2.3 <i>Price</i> .....</b>	<b>27</b>
<b>2.4 <i>Service Quality</i>.....</b>	<b>28</b>
<b>2.5 <i>Customer Perceived Value</i> .....</b>	<b>30</b>
<b>2.6 <i>Purchase Intention</i> .....</b>	<b>31</b>
<b>2.7 Hubungan antar Variabel.....</b>	<b>39</b>
2.7.1 <i>Information Quality</i> dan <i>Customer Perceived Value</i> .....	39
2.7.2 <i>Customer Experience</i> dan <i>Customer Perceived Value</i> .....	40
2.7.3 <i>Price</i> dengan <i>Customer Perceived Value</i> .....	42

2.7.4 <i>Service Quality</i> dengan <i>Customer Perceived Value</i> .....	43
2.7.5 <i>Customer Perceived Value</i> dengan <i>Purchase Intention</i> .....	45
<b>2.8 Model Penelitian</b> .....	47
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	48
<b>3.1 Objek penelitian</b> .....	48
<b>3.2 Subjek penelitian</b> .....	48
<b>3.3 Unit Analisis</b> .....	49
<b>3.4 Tipe Penelitian</b> .....	49
<b>3.5 Pengukuran Variabel</b> .....	49
<b>3.6 Operasionalisasi variabel penelitian</b> .....	50
<b>3.7 Teknik pembuatan kuesioner</b> .....	57
<b>3.8 Etika dalam pengumpulan data</b> .....	57
<b>3.9 Populasi dan Sampel</b> .....	58
<b>3.10 Teknik Pengumpulan Data</b> .....	59
<b>3.11 Metode Analisis Data</b> .....	60
<b>3.12 Studi Uji Pendahuluan (<i>Pre-Test</i>)</b> .....	61
3.12.1 Uji Reliabilitas .....	63
3.12.2 Uji Validitas .....	67
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	71
<b>4.1 Deskripsi Data Penelitian</b> .....	71
4.1.1 Profil Responden .....	71
4.1.2 Analisis Deskriptif .....	73
<b>4.2 Model Partial Least Square (PLS)</b> .....	78
4.2.1 Evaluasi <i>Outer Model</i> .....	79
4.2.2 Evaluasi <i>Inner Model</i> .....	84
4.2.3 Uji Hipotesis .....	87
<b>4.3 Pembahasan Hasil Penelitian</b> .....	89
4.3.1 Pengaruh <i>Information Quality</i> terhadap <i>Customer Perceived Value</i> 89	
4.3.2 Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap <i>Customer Perceived Value</i> 91	
4.3.3 Pengaruh <i>Price</i> Terhadap <i>Customer Perceived Value</i> .....	92
4.3.4 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Perceived Value</i> .....	93

4.3.5	Pengaruh <i>Customer Perceived Value</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	94
<b>4.4</b>	<b>Pembahasan</b>	96
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN</b>	100
5.1	Kesimpulan	100
5.2	Implikasi Manajerial	101
5.3	Keterbatasan dan Saran Penelitian Berikutnya	102
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		104
<b>LAMPIRAN</b>		107



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Konsistensi yang diberikan GoFood .....	20
Gambar 2.1 Model Konseptual Penelitian .....	47
Gambar 3.1 Hasil Uji Model Intrumen Penelitian .....	62
Gambar 4.1. Outer Model .....	80
Gambar 4.2. Inner Model.....	85



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya.....	33
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian.....	51
Tabel 3.2 <i>Loading Factor</i> Item Instrumen Penelitian Uji Pendahuluan .....	64
Tabel 3.3 <i>Composite Reliability</i> Variabel Instrumen Penelitian.....	67
Tabel 3.4 <i>Average Variance Extracted</i> Variabel Instrumen Penelitian .....	68
Tabel 3.5 Hasil uji Validitas Diskriminan <i>Fornell-Larcker</i> .....	69
Tabel 4.1. Profil Responden.....	71
Tabel 4.2 Data Variabel <i>Information Quality</i> .....	73
Tabel 4.3 Data Variabel <i>Customer Experience</i> .....	74
Tabel 4.4 Data Variabel <i>Price</i> .....	75
Tabel 4.5 Data Variabel <i>Service Quality</i> .....	76
Tabel 4.6 Data Variabel <i>Customer Perceived Value</i> .....	77
Tabel 4.7 Data Variabel <i>Purchase Intention</i> .....	78
Tabel 4.8. Nilai <i>Outer Loading</i> Item Variabel Penelitian.....	80
Tabel 4.9. <i>Average Variant Extracted (AVE)</i> .....	82
Tabel 4.10. <i>Composite Reliability</i> .....	83
Tabel 4.11. <i>Fornell-Larcker</i> .....	84
Tabel 4.12. Nilai <i>R-Square</i> .....	87
Tabel 4.13. Uji Hipotesis .....	88