

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	iv
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah.....	11
1.3 Rumusan Masalah	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Manfaat Penelitian.....	13
1.5.1 Manfaat Teoritis	14
1.5.2 Manfaat Praktis	14
1.6 Sistematika Penulisan	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	16
2.1 Landasan Teori.....	16
2.2 Penelitian Terdahulu.....	16

2.3	Definisi Variabel	18
2.4	Pengembangan Hipotesis.....	25
2.5	Model Penelitian.....	35
2.6	Bagan Alur Berpikir	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		38
3.1	Jenis Penelitian dan Jenis Data	38
3.1.1	Jenis Penelitian.....	38
3.1.2	Jenis Data.....	37
3.2	Populasi dan Sampel.....	38
3.2.1	Populasi.....	38
3.2.2	Sampel	38
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	40
3.4	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	42
3.5	Metode Analisa Data	45
3.5.1	Pengolahan Data.....	45
3.5.2	Pengujian Hipotesis	46
3.5.2.1	Uji Validitas	46
3.5.2.2	Uji Realibilitas.....	47
3.5.2.3	Uji Asumsi Klasik	47
3.5.2.4	Analisis Linear Regresi Sederhana (Simple Regression)	49
3.5.2.5	Analisis Linear Regresi Berganda (Multiple Regression)	49
3.5.2.6	Koefisien Korelasi (R).....	51
3.5.2.7	Koefisien Determinasi (R^2)	51
3.5.2.8	Uji F.....	52
BAB IV		53
4.1	Gambaran Umum Grabfood.....	53

4.2	Analisis Data.....	56
4.2.1	Statistik Deskriptif.....	56
4.2.1.2	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
4.2.1.3	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Umur	58
4.2.1.4	Tanggapan Responden.....	59
4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel	70
4.2.2.2	Penjelasan Responden Terhadap <i>Design</i>	71
4.2.2.4	Penjelasan Responden Terhadap <i>Price</i>	74
4.2.3	Uji Validitas	82
4.2.4	Uji Realibilitas.....	84
4.2.5	Pengujian Asumsi Klasik Regresi	85
4.2.5.2	Uji Heterokedastisitas	88
4.2.5.3	Uji Asumsi Multikolinearitas	90
4.2.5.4	Uji Asumsi Linearitas	91
4.3	Metode Analisis Statistika	92
4.3.1	Analisis Regresi	92
4.3.1.2	Analisis Regresi Berganda.....	93
4.3.2	Analisis Koefisien Korelasi Regresi Sederhana.....	97
4.3.3	Analisis Koefisien Korelasi Regresi Berganda.....	97
4.3.4	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	97
4.4	Metode Pengujian Hipotesis	99
4.4.1	Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	99
4.4.2	Uji Signifikansi Parsial (Uji T)	100
4.5	Pembahasan.....	103
BAB V		114

KONKLUSI, IMPLIKASI dan REKOMENDASI	114
5.1 Simpulan	114
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis.....	114
5.1.1.2 Pengaruh <i>Design</i> Terhadap Perceived Value.....	114
5.1.1.4 Pengaruh <i>Price</i> Terhadap Perceived Value	116
5.1.1.7 Pengaruh Perceived Value Terhadap Intention to Countinuosly Use	119
5.1.1.8 Pengaruh Attitude Towards Food Delivery Apps Terhadap Intention to Countinuosly Use.....	120
5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian.....	120
5.2 Implikasi	122
5.2.1 Implikasi Teoritis	122
5.2.2 Implikasi Manajerial.....	123
5.3 Rekomendasi.....	127
DAFTAR PUSTAKA.....	129

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Desain Inti Kuesioner.....	41
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	43
Tabel 3.3 <i>Rules of Thumb</i> Mengenai Ukuran Koefisien Korelasi.....	53
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4.2 Responden berdasarkan Umur	58
Tabel 4.3 Derajat Penilaian Setiap Variabel	60
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap <i>Convenience</i>	60
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap <i>Design</i>	62
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap <i>Trustworthiness</i>	63
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap <i>Price</i>	64
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap <i>Various Food Choices</i>	65
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap <i>Percived Value</i>	66
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap <i>Attitudes Towards Food</i> <i>Delivery Apps</i>	67
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap <i>Intention To Countinuosly Use</i>	68
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Convenience</i>	70
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Design</i>	71
Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Trustworthiness</i> ...	73
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Price</i>	74
Tabel 4.16 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Various Food</i> <i>Choices</i>	76
Tabel 4.17 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Percived Value</i>	77
Tabel 4.18 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Attitudes</i> <i>Towards Food Delivery Apps</i>	79
Tabel 4.19 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Intention to</i> <i>Countinuosly Use</i>	81

Tabel 4.20 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Convenience</i>	82
Tabel 4.21 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Design</i>	82
Tabel 4.22 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Trustworthiness</i>	82
Tabel 4.23 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Price</i>	83
Tabel 4.24 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Various Food Choices</i>	83
Tabel 4.25 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Percived Value</i>	83
Tabel 4.26 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Attitudes Towards Food Delivery Apps</i>	83
Tabel 4.27 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Intention to Countinuosly Use</i>	83
Tabel 4.28 Hasil Uji Reliabilitas <i>Convenience</i>	84
Tabel 4.29 Hasil Uji Reliabilitas <i>Design</i>	84
Tabel 4.30 Hasil Uji Reliabilitas <i>Trustworthiness</i>	84
Tabel 4.31 Hasil Uji Reliabilitas <i>Price</i>	84
Tabel 4.32 Hasil Uji Reliabilitas <i>Various Food Choices</i>	84
Tabel 4.33 Hasil Uji Reliabilitas <i>Percived Value</i>	84
Tabel 4.34 Hasil Uji Reliabilitas <i>Attitudes Towards Food Delivery Apps</i>	84
Tabel 4.35 Hasil Uji Reliabilitas <i>Intention to Countinuosly Use</i>	84
Tabel 4.36 Uji <i>Kolmogorov Smirnov (K-S)</i>	85

Tabel 4.37 Uji Spearman's C, D, T, P, VF*PV	89
Tabel 4.38 Uji Spearman's PV*ATF	89
Tabel 4.39 Uji Spearman's PV, ATF*ICU	89
Tabel 4.40 Nilai Tolerance dan VIF	90
Tabel 4.41 Hasil Uji Linearitas	91
Tabel 4.42 Hasil Uji Regresi Sederhana (PV*ATF)	92
Tabel 4.43 Hasil Uji Regresi Berganda (C, D, T, P, VF*PV)	93
Tabel 4.44 Hasil Uji Regresi Berganda (PV, ATF*ICU)	95
<u>Tabel 4.45</u> Hasil Analisis Koefisien Determinasi 1 (R^2)	98
<u>Tabel 4.46</u> Hasil Analisis Koefisien Determinasi 2 (R^2)	98
<u>Tabel 4.47</u> Hasil Analisis Koefisien Determinasi 3 (R^2)	98
Tabel 4.48 Hasil Uji F	99
Tabel 4.49 Hasil Uji T	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Laju Pertumbuhan transaksi E-Commerce di Indonesia (2022)	2
Gambar 1.2 Persentase penjualan online food delivery Indonesia berdasarkan angka GMV, 2023	3
Gambar 1.3 Logo Grab	4
Gambar 1.4 Snapcart Merchants Indonesia	5
Gambar 1.5 <i>Design</i> Grabfood	8
Gambar 1.6 <i>Design</i> Pembayaran Grabfood	9
Gambar 1.7 <i>Various Food Choices</i>	10
Gambar 1.8 Rating Grab	10
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	34
Gambar 4.1 Logo GrabFood	55
Gambar 4.2 Diagram Pie Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Gambar 4.3 Diagram Pie Responden Berdasarkan Umur.....	59
Gambar 4.4 P-Plot Uji Normalitas <i>Perceived Value</i>	86
Gambar 4.5 P-Plot Uji Normalitas <i>Attitude Towards Food Delivery Apps</i>	86
Gambar 4.6 P-Plot Uji Normalitas <i>Intention To Countinuosly Use</i>	87
Gambar 4.7 Scatterplot Uji Heterokedastisitas <i>Perceived Value</i>	88
Gambar 4.8 Scatterplot Uji Heterokedastisitas <i>Attitude Towards Food Delivery Apps</i>	88
Gambar 4.9 Scatterplot Uji Heterokedastisitas <i>Intention to Countinuosly Use</i> ...	88
Gambar 4.10 Hasil Penelitian.....	103

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A : KUISIONER	A-1
LAMPIRAN B : TABULASI DATA KUISIONER.....	A-2
LAMPIRAN C : HASIL UJI STATISTIK DESKRIPTIF	A-3

