

KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan nikmat dan kesehatan dalam menyelesaikan tugas akhir persyaratan akademik untuk mengejar gelar studi yaitu Strata Satu Sarjana Manajemen di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya ini.

Penulis meyakini bahwa pengungkapan, penyajian, maupun penggunaan kata-kata dan bahasa pada penelitian ini dirasa masih sangat jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan kritik dan juga saran serta segala bentuk pengarahan dari semua pihak untuk perbaikan penelitian tugas akhir ini.

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

1. Bapak Dr. Ronald S.T., M.M, CSMA, CDM, PMA selaku executive director serta pembimbing akademik yang membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan yang saya lalui selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.

2. Ibu Dr. Amelia S.E., RFP-I, M.M, CSMA,CDM selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah membantu dan membimbing saya selama berkuliah di Universitas Pelita Hrapan Surabaya.

3. Ibu Dr. Amelia S.E., RFP-I, M.M, CSMA,CDM selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu, membimbing, memberi perhatian, tenaga, serta memberikan dorongan kepada saya dari awal perkuliahan dan selama proses pengerjaan penelitian ini dari awal hingga selesai.

4. Bapak Dr. Ronald S.T., M.M, CSMA, CDM, PMA selaku dosen pembimbing kedua yang telah membantu, membimbing, dan memberikan masukan-masukan, serta perhatian sehingga saya dapat menyelesaikan perkuliahan dan proses penelitian ini.

5. selaku dosen penguji pertama yang turut memberikan masukan dan arahan kepada penulis untuk penyelesaian penelitian ini.

6. Dosen penguji dua yang turut membantu saya dalam memberi masukan.

7. Tessa Tania, yang tidak pernah lelah dan tetap berjuang sampai akhir sehingga pada akhirnya penelitian ini dapat terselesaikan dengan semestinya serta tepat waktu.

8. Edi Taniko selaku papa saya dan Le Suan selaku mama saya yang senantiasa mendoakan, memberikan semangat serta dukungan, dan membantu dalam hal finansial sehingga penelitian ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya.

9. Adik saya Jessy Tania dan Darrel Tan yang telah mendukung dan menyemangati saya dalam mengerjakan tugas akhir kuliah saya.

10. Sahabat saya, Patricia Samantha dan Ervan Konggoro yang telah mendukung dalam banyak hal di kehidupan saya dan mendoakan saya setiap hari sampai saat ini, hingga pada akhirnya penelitian saya dapat selesai dengan tepat waktu.

12. Teman saya, Irene Carolina dan Christopher Andreas yang telah menyemangati dan membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan yang saya lalui selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya, terutama dalam perihal format sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan semestinya serta tepat waktu.

13. Teman-teman hangout saya, seperti Jonnie, Kelly Angelina, Sherly Widiyawati, Leoni dan Jose telah menyemangati dan membantu dalam hal kesehatan dan kebugarah tubuh sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.

14. 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 penelitian ini bisa bermanfaat terutama bagi diri pribadi penulis serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan topik yang sama. Segala kritik dan saran atas penelitian ini tentunya akan sangat bermanfaat untuk penyempurnaan selanjutnya.

Surabaya, 12 September 2021



(Tessa Tania)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Batasan Masalah	17
1.3 Rumusan Masalah	17
1.4 Tujuan Penelitian	18
1.5 Manfaat Penelitian	19
1.6 Sistematika Penulisan	21
BAB II LANDASAN TEORI	22
2.1 Landasan Teori	22
2.1.1 <i>Intention to Continuously Use</i>	22
2.1.2 <i>Attitude Towards Food Delivery Apps</i>	24
2.1.3 <i>Perceived Value</i>	27
2.1.4 <i>Convenience</i>	29
2.1.5 <i>Design</i>	30
2.1.6 <i>Trustworthiness</i>	31
2.1.7 <i>Price</i>	33
2.1.8 <i>Various Food Choices</i>	35
2.2 Penelitian Terdahulu	36

2.3 Pengembangan Hipotesis	38
2.3.1 Pengaruh <i>Convenience</i> terhadap <i>Perceived Value</i>	38
2.3.2 Pengaruh <i>Design</i> terhadap <i>Perceived Value</i>	39
2.3.3 Pengaruh <i>Trustworthiness</i> terhadap <i>Perceived Value</i>	39
2.3.4 Pengaruh <i>Price</i> terhadap <i>Perceived Value</i>	40
2.3.5 Pengaruh <i>Various Food Choices</i> terhadap <i>Perceived Value</i>	41
2.3.6 Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Attitudes Towards</i> <i>Food Delivery Apps</i>	41
2.3.7 Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Intention to</i> <i>Continuously Use</i>	42
2.3.8 Pengaruh <i>Attitudes Towards Food Delivery Apps</i> terhadap <i>Intention to Continuously Use</i>	43
2.4 Model Penelitian	44
2.5 Bagan Alur Berpikir	45
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	47
3.1 Jenis Penelitian dan Jenis Data	47
3.2 Populasi dan Sampel	50
3.2.1 Populasi	50
3.2.2 Sampel	50
3.3 Metode Pengumpulan Data	53
3.4 Definisi Operasional Variabel	55
3.5 Metode Analisis Data	57
3.5.1. Pengolahan Data.....	57
3.5.2. Pengujian Hipotesis	58
3.5.2.1. Uji Validitas	59
3.5.2.2. Uji Realibilitas	60
3.5.2.3. Uji Asumsi Klasik	61
3.5.2.4. Analisis Linear Regresi Sederhana	64
3.5.2.5. Analisis Linear Regresi Berganda.....	64
3.5.2.6. Koefisien Korelasi (R)	66

3.5.2.7. Koefisien Determinasi (R_2)	67
3.5.2.8. Uji F	67
3.5.2.9. Uji T	68
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	69
4.1 Gambaran Umum Gofood.....	69
4.2 Analisis Data.....	70
4.2.1 Statistik Deskriptif	70
4.2.1.1 Karakteristik Responden	70
4.2.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
4.2.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	72
4.2.1.4 Tanggapan Responden	73
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel.....	83
4.2.2.1 Penjelasan Responden Terhadap <i>Convenience</i>	83
4.2.2.2 Penjelasan Responden Terhadap <i>Design</i>	84
4.2.2.3 Penjelasan Responden Terhadap <i>Trustworthiness</i>	85
4.2.2.4 Penjelasan Responden Terhadap <i>Price</i>	87
4.2.2.5 Penjelasan Responden Terhadap <i>Various food choices</i>	88
4.2.2.6 Penjelasan Responden Terhadap <i>Perceived Value</i>	90
4.2.2.6 Penjelasan Responden Terhadap <i>Attitude Towards Food Delivery Apss</i>	91
4.2.2.7 Penjelasan Responden Terhadap <i>Intention to CountinuoslyUse</i>	93
4.2.3 Uji Validitas.....	95
4.2.4 Uji Reliabilitas	96
4.2.5 Pengujian Asumsi Klasik Regresi.....	97
4.2.5.1 Uji Normalitas.....	97
4.2.5.2 Uji Heterokedastisitas	100
4.2.5.3 Uji Asumsi Multikolinearitas.....	102
4.2.5.4 Uji Asumsi Linearitas.....	103
4.3 Metode Analisis Statistika	104
4.3.1 Analisis Regresi	104

4.3.1.1 Analisis Regresi Sederhana.....	104
4.3.1.2 Analisis Regresi Berganda	105
4.3.2 Analisis Koefisien Regresi Sederhana	109
4.3.3 Analisis Koefisien Regresi Berganda	109
4.3.4 Analisis Koefisien Determinasi (R ²)	109
4.4 Metode Pengujian Hipotesis	111
4.4.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	111
4.4.2 Uji Signifikansi Parsial (Uji T)	112
4.5 Pembahasan.....	115
BAB V KONKLUSI, IMPLIKASI, dan REKOMENDASI.....	145
5.1 Simpulan.....	145
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis.....	146
5.1.1.1 Pengaruh <i>Convenience</i> Terhadap <i>Perceived Value</i>	146
5.1.1.2 Pengaruh <i>Design</i> Terhadap <i>Perceived Value</i>	146
5.1.1.3 Pengaruh <i>Trustworthiness</i> Terhadap <i>Perceived Value</i>	147
5.1.1.4 Pengaruh <i>Price</i> Terhadap <i>Perceived Value</i>	148
5.1.1.5 Pengaruh <i>Various Food Choices</i> Terhadap <i>Perceived Value</i>	149
5.1.1.6 Pengaruh <i>Perceived Value</i> Terhadap <i>Attitude Towards Food Delivery Apps</i>	149
5.1.1.7 Pengaruh <i>Perceived Value</i> Terhadap <i>Intention to Countinuosly Use</i>	150
5.1.1.8 Pengaruh <i>Attitude Towards Food Delivery Apps</i> Terhadap <i>Intention to Countinuosly Use</i>	151
5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian.....	152
5.2 Implikasi.....	154
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	154
5.2.2 Implikasi Manajerial.....	155
5.3 Rekomendasi.....	167
DAFTAR PUSTAKA	168

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Persentasi Masyarakat yang Memesan <i>Food Delivery</i> tahun 2018....	4
Gambar 1.2 <i>Platform</i> yang Digunakan untuk Memesan <i>Food Delivery</i> tahun 2018.....	4
Gambar 1.3 Tampilan Logo Gojek.....	5
Gambar 1.4 Layanan Gojek.....	6
Gambar 1.5 Layanan Gojek yang Sering Digunakan Selama Pandemi tahun 2020.....	7
Gambar 1.6 Aplikasi Pesan Antar yang Sering Dipakai tahun 2019.....	7
Gambar 1.7 <i>Review</i> Aplikasi Gojek.....	10
Gambar 1.8 Kota yang Dapat Diakses Gofood.....	11
Gambar 1.9 Rentang Harga Gofood.....	12
Gambar 1.10 Tampilan Utama Gofood.....	13
Gambar 1.11 Rating Aplikasi Gojek.....	14
Gambar 1.12 Pemesanan Aplikasi Gofood.....	14
Gambar 1.13 Aneka Ragam Kuliner Gofood.....	15
Gambar 1.14 Aneka Ragam Restaurant Gofood.....	16
Gambar 2.1 Hasil Penelitian Jurnal Utama.....	38
Gambar 2.2 Model Penelitian.....	44
Gambar 2.3 Bagan Alur Berpikir	45
Gambar 4.1 Logo Gofood	69
Gambar 4.2 Diagram Pie Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
Gambar 4.3 Diagram Pie Responden Berdasarkan Usia.....	72
Gambar 4.4 P-Plot Uji Normalitas <i>Perceived Value</i>	98
Gambar 4.5 P-Plot Uji Normalitas <i>Attitude Towards Food Delivery Apss</i>	99
Gambar 4.6 P-Plot Uji Normalitas <i>Intention to Countinuosly Use</i>	99
Gambar 4.7 <i>Scatterplot</i> Uji Heterokedastisitas <i>Perceived Value</i>	100
Gambar 4.8 <i>Scatterplot</i> Uji Heterokedastisitas <i>Attitude Towards Food Delivery Apps</i>	100

Gambar 4.9 *Scatterplot Uji Heterokedastisitas Intention to Countinuosly Use*.....101

Gambar 4.10 Hasil Penelitian.....115



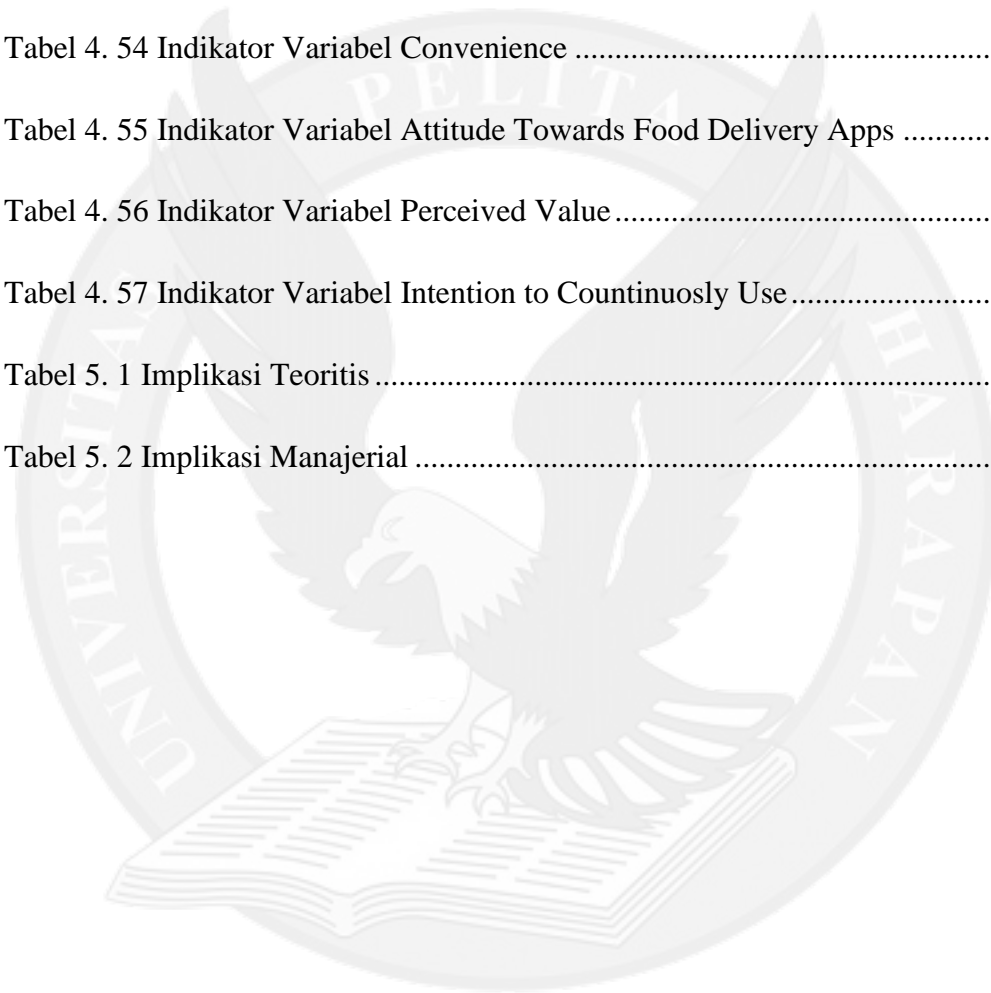
DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Persaingan dalam Penyedia Layanan Antar Makanan di Indonesia Tahun 2021	8
Tabel 1. 2 Perbandingan dalam Penyedia Layanan Antar Makanan Indonesia 2021	11
Tabel 3. 1 Desain Inti Kuesioner.....	54
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	56
Tabel 3. 3 <i>Rules of Thumb</i> Mengenai Ukuran Koefisien Korelasi	67
Tabel 4. 1 Responden berdasarkan Jenis Kelamin	71
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia	72
Tabel 4. 3 Derajat Penilaian Setiap Variabel	73
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden terhadap Convenience	74
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden terhadap Design	75
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden terhadap Trustworthiness.....	76
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden terhadap Price	77
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden terhadap Various Food Choices.....	78
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden terhadap Perceived Value	79
Tabel 4. 10 Tanggapan Responden terhadap Attitude Towards Food Delivery Apps	80
Tabel 4. 11 Tanggapan Responden terhadap Intention to Countinuosly Use	82

Tabel 4. 12 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Convenience	83
Tabel 4. 13 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Design	84
Tabel 4. 14 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Trustworthiness ...	86
Tabel 4. 15 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Price.....	87
Tabel 4. 16 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Various Food Choices	89
Tabel 4. 17 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Perceived Value ..	90
Tabel 4. 18 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Attitude Towards Food Delivery Apps	92
Tabel 4.19 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Intention to Countinuosly Use	93
Tabel 4. 20 Hasil Uji Validitas Variabel Convenience	95
Tabel 4. 21 Hasil Uji Validitas Variabel Design.....	95
Tabel 4. 22 Hasil Uji Validitas Variabel Trustworthiness	95
Tabel 4. 23 Hasil Uji Validitas Variabel Price.....	95
Tabel 4. 24 Hasil Uji Validitas Variabel Various Food Choices	95
Tabel 4. 25 Hasil Uji Validitas Variabel Perceived Value.....	95
Tabel 4. 26 Hasil Uji Validitas Variabel Attitude Towards Food Delivery Apps .	95
Tabel 4. 27 Hasil Uji Validitas Variabel Intention to Countinuosly Use.....	96
Tabel 4. 28 Hasil Uji Reliabilitas Convenience	96
Tabel 4. 29 Hasil Uji Reliabilitas Design.....	96

Tabel 4. 30 Hasil Uji Reliabilitas Trustworthiness	96
Tabel 4. 31 Hasil Uji Reliabilitas Price.....	96
Tabel 4. 32 Hasil Uji Reliabilitas Various Food Choices	97
Tabel 4. 33 Hasil Uji Reliabilitas Perceived Value.....	97
Tabel 4. 34 Hasil Uji Reliabilitas Attitude Towards Food Delivery Apps	97
Tabel 4. 35 Hasil Uji Reliabilitas Intention to Countinuosly Use.....	97
Tabel 4. 36 Uji Kolmogorov Smirnov (K-S)	98
Tabel 4. 37 Uji Spearman’s C, D, T, P, VF*PV	101
Tabel 4. 38 Uji Spearman’s PV*ATF	101
Tabel 4. 39 Uji Spearman’s PV, ATF*ICU	102
Tabel 4. 40 Nilai Tolerance dan VIF	102
Tabel 4. 41 Hasil Uji Linearitas	103
Tabel 4. 42 Hasil Uji Regresi Sederhana (PV*ATF).....	104
Tabel 4. 43 Hasil Uji Regresi Berganda (C, D, T, P, VF*PV)	105
Tabel 4. 44 Hasil Uji Regresi Berganda (PV, ATF*ICU)	107
Tabel 4. 45 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 1 (R_2)	110
Tabel 4. 46 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 2 (R_2)	110
Tabel 4. 47 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 2 (R_2)	110
Tabel 4. 48 Hasil Uji F.....	111
Tabel 4. 49 Hasil Uji T.....	113

Tabel 4. 50 Indikator Variabel Trustworthiness	129
Tabel 4. 51 Indikator Variabel Price	131
Tabel 4. 52 Indikator Variabel Various Food Choices	133
Tabel 4. 53 Indikator Variabel Design	134
Tabel 4. 54 Indikator Variabel Convenience	137
Tabel 4. 55 Indikator Variabel Attitude Towards Food Delivery Apps	138
Tabel 4. 56 Indikator Variabel Perceived Value	140
Tabel 4. 57 Indikator Variabel Intention to Countinuosly Use	142
Tabel 5. 1 Implikasi Teoritis	154
Tabel 5. 2 Implikasi Manajerial	162



DAFTAR LAMPIRAN

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

