

KATA PENGANTAR

Pertama-tama saya selaku penulis hendak mengucapkan puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa yang senantiasa memberikan hikmat, rahmat, kebijaksanaan, dan kesehatan yang sangat luar biasa baik dari luar maupun dalam lingkungan dalam menyelesaikan tugas akhir sebagai persyaratan akademik untuk memperoleh gelar studi yaitu Strata Satu Sarjana Manajemen di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya. Pada penelitian ini, saya sebagai penulis meyakini bahwa seluruh pengungkapan, penyajian, dan penggunaan kata-kata dan bahasa masih sangat jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, dengan segala bentuk kerendahan hati penulis mengharapkan saran, kritik, dan segala bentuk pengarahan dari seluruh pihak untuk perbaikan pada tugas akhir ini. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan rasa 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 dan Associate Dean yang membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan saya selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.
- 2) Ibu Dr. Amelia, S.E., RFP-I, M.M, CSMA, CDM, selaku kepala program studi manajemen yang membantu banyak hal dalam kehidupan

perkuliahan saya selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.

- 3) Ibu Dr. Amelia, S.E., RFP-I, M.M, CSMA, CDM yang merupakan dosen pembimbing pertama saya, yang selalu bersabar dalam membimbing saya, selalu meluangkan waktu dan memberi nasehat yang baik untuk saya, selalu membantu untuk memberikan ide dalam menuliskan skripsi dan selalu memberi saya semangat untuk terus mengerjakan dan menyelesaikan skripsi hingga akhir.
- 4) Bapak Dr. Ronald, S.T., M.M, CSMA, CDM, PMA yang merupakan dosen pembimbing kedua saya, yang telah membantu dan membimbing saya dengan sabar mengerjakan skripsi, selalu memberi nasehat yang baik dan selalu memberi semangat hingga akhir.
- 5) Bapak Dr. William Santoro, S.e., M.Ak dan Ibu Priskilla E.E Napitupulu, S.Sos, M.M., CSMA, CHCSA selaku dosen pembimbing akademik sedari awal masuk kuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya, yang sangat supportif membantu dan meningkatkan serta mengajarkan berbagai hal dari awal hingga saya bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
- 6) Bapak Dr. Yanuar Dananjaya, B.Sc., M.M. selaku dosen penguji pertama yang turut memberikan berbagai masukan dan arahan kepada penulis untuk penyelesaian penelitian ini.

- 7) Ibu Dr. Oliandes Sondakh, S.E., M.M selaku dosen penguji kedua yang turut memberikan berbagai masukan dan arahan kepada penulis untuk penyelesaian penelitian ini.
- 8) Keluarga saya, Mama, Papa dan adik serta keluarga besar lainnya yang senantiasa mendoakan, memberikan dukungan baik secara tenaga dan waktu, dukungan yang luar biasa dalam menyelesaikan penelitian ini.
- 9) David Untung P yang merupakan teman, sahabat, saudara yang telah menjadi *support system* yang selalu memberikan dukungan, menyemangati, menghibur, mendoakan dan membantu banyak dalam kehidupan perkuliahan saya selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya, serta dalam menyelesaikan penelitian ini.
- 10) Marsha Blessina P yang merupakan teman main dan cerita, sahabat dan saudara yang telah menjadi *support system* yang selalu mendukung dan menemani, mendoakan dan membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan saya di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya dan menyelesaikan penelitian ini.
- 11) Nancy Chiarouven, Cece Juliana, Ivana Naomi, Steven Samuel A, Alfado Rizza yang telah menjadi *support system* yang selalu mendukung, menemani, membantu banyak hal yang dilakukan di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya dan menyelesaikan penelitian ini.

- 12) Group STB dan teman-teman seperjuangan saya yang juga turut menjadi salah satu *support system* yang telah membantu didalam kehidupan perkuliahan dan selalu memberi dukungan.
- 13) Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu per satu yang telah membantu penulis menyelesaikan penelitian ini.

Hanya doa yang dapat penulis panjatkan semoga Tuhan Yang Maha Esaberkenan 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, 27 Agustus 2021



Yovina Daniella

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Batasan Masalah	17
1.3 Rumusan Masalah	18
1.4 Tujuan Penelitian.....	19
1.5 Manfaat Penelitian.....	20
1.5.1 Manfaat Penelitian Teoritis.....	21
1.5.2 Manfaat Penelitian Praktis	21
1.6 Sistematika Penulisan.....	22
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN	
HIPOTESIS	24
2.1 Landasan Teori	24
2.1.1 <i>Word of Mouth</i>	24
2.1.2 <i>Intention to Use</i>	26
2.1.3.2 <i>Quality Control</i>	31
2.1.3.5 <i>Customer Service</i>	38
2.2 Penelitian Terdahulu.....	43
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	45
2.3.1 Pengaruh <i>Interface Issues</i> terhadap <i>Intention to Use</i>	45
2.3.2 Pengaruh <i>Interface Issues</i> terhadap <i>Word of Mouth</i>	45
2.3.3 Pengaruh <i>Quality Control</i> terhadap <i>Intention to Use</i>	46
2.3.4 Pengaruh <i>Quality Control</i> terhadap <i>Word of Mouth</i>	46
2.3.5 Pengaruh <i>Delivery Experience</i> terhadap <i>Intention to Use</i>	47
2.3.6 Pengaruh <i>Delivery Experience</i> terhadap <i>Word of Mouth</i>	47
2.3.7 Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Intention to Use</i>	48
2.3.8 Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Word of Mouth</i>	48

2.3.9 Pengaruh <i>Customer Service</i> terhadap <i>Intention to Use</i>	48
2.3.10 Pengaruh <i>Customer Service</i> terhadap <i>Word of Mouth</i>	49
2.3.11 Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap <i>Intention to Use</i>	49
2.3.12 Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap <i>Word of Mouth</i>	50
2.3.13 Pengaruh <i>Intention to Use</i> terhadap <i>Word of Mouth</i>	50
2.5 Bagan Alur Berpikir	52
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	54
3.1 Jenis Penelitian dan Jenis Data	54
3.1.1 Jenis Penelitian	54
3.1.2 Jenis Data	55
3.2 Populasi dan Sampel.....	56
3.2.1 Populasi.....	56
3.2.2 Sampel	56
3.3 Metode Pengumpulan Data	58
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	62
3.5 Metode Analisis Data	67
3.5.1 Pengolahan Data	67
3.5.2 Pengujian Hipotesis	68
3.5.2.1 Uji Validitas	69
3.5.2.2 Uji Realibilitas	70
3.5.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	70
3.5.2.4 Analisis Linear Regresi Berganda (<i>Multiple Regression</i>).....	73
3.5.2.5 Koefisien Korelasi (R)	75
3.5.2.6 Koefisien Determinasi (R _t)	76
3.5.2.7 Uji F	77
3.5.2.8 Uji T	77
BAB IV.....
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	78
4.1 Gambaran Umum Grab Food	78
4.2 Analisis Data	80
4.2.1 Statistik Deskriptif	80
4.2.1.1 Karakteristik Responden	80
4.2.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia	80
4.2.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	81
4.2.1.4 Tanggapan Resoinden	82
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel	xi96

4.2.2.1	Penjelasan Responden terhadap <i>Interface Issues</i>	96
4.2.2.2	Penjelasan Responden terhadap <i>Quality Control</i>	97
4.2.2.3	Penjelasan Responden terhadap <i>Delivery Experience</i>	99
4.2.2.4	Penjelasan Responden terhadap <i>Trust Issues</i>	101
4.2.2.5	Penjelasan Responden terhadap <i>Customer Service</i>	102
4.2.2.6	Penjelasan Responden terhadap <i>Customer Experience</i>	103
4.2.2.7	Penjelasan Responden terhadap <i>Intention to Use</i>	105
4.2.2.8	Penjelasan Responden terhadap <i>Word of Mouth</i>	107
4.2.3	Uji Validitas	109
4.2.4	Uji <i>Reliability</i>	110
4.2.5	Pengujian Asumsi Klasik Regresi.....	111
4.2.5.1	Uji Normalitas	111
4.2.5.2	Uji Multikolinearitas	113
4.2.5.3	Uji Heterokedastisitas	114
4.2.5.4	Uji Linearitas.....	117
4.3	Metode Analisis Statistik.....	118
4.3.1	Analisis Regresi Berganda	118
4.3.2	Analisis Koefisien Korelasi	124
4.3.2.1	Analisis Koefisien Korelasi untuk Hubungan II, QC, DE, T, CS, CE *IU	124
4.3.2.2	Analisis Koefisien Korelasi untuk Hubungan II, QC, DE, T, CS , CE, IU *WOM	125
4.3.3	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	125
4.4	Metode Penelitian Hipotesis	126
4.4.1	Uji Signifikansi Simultan (Uji-F)	126
4.4.2	Uji Signifikansi Parsial (Uji-T).....	127
4.5	Pembahasan	132

BAB V	166
KONKLUSI, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI	164
5.1 Simpulannya.....	164
5.1.1 Simpulannya atau Hipotesis	165
5.1.1.1 Pengaruh <i>Interface Issues</i> terhadap <i>Intention to Use</i>	165
5.1.1.2 Pengaruh <i>Interface Issues</i> terhadap <i>Word of Mouth</i>	166
5.1.1.3 Pengaruh <i>Quality Control</i> terhadap <i>Intention to Use</i>	167
5.1.1.4 Pengaruh tidak signifikan <i>Quality Control</i> terhadap <i>Word of Mouth</i>	xiii

.....	168
5.1.1.5 Pengaruh <i>Delivery Experience</i> terhadap <i>Intention to Use</i>	168
5.1.1.6 Pengaruh <i>Delivery Experience</i> terhadap <i>Word of Mouth</i>	170
5.1.1.7 Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Intention to Use</i>	171
5.1.1.8 Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Word of Mouth</i>	171
5.1.1.9 Pengaruh <i>Customer Service</i> terhadap <i>Intention to Use</i>	172
5.1.1.10 Pengaruh <i>Customer Service</i> terhadap <i>Word of Mouth</i>	173
5.1.1.11 Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap <i>Intention to Use</i>	174
5.1.1.12 Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap <i>Word of Mouth</i>	175
H.1.1.13 <i>Intention to Use</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Word of Mouth</i>	176
5.1.2 Simpulan atau Masalah Penelitian	177
5.2 Implikasi	179
5.2.1 Implikasi Teoritis	179
5.2.2 Implikasi Manajerial	181
5.3 Rekomendasi	191
DAFTAR PUSTAKA	193

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Persentase Pengguna Internet yang Telah Melakukan Pembelian Online.....	2
Gambar 1.2 Data Pembelian Barang melalui Online Tahun 2020 di Indonesia.....	2
Gambar 1.3 Logo dari Go Food dan Grab Food	5
Gambar 1.4 Logo Grab Food	7
Gambar 1.5 Rata-rata Metode Memesan Makanan Siap Santap Selama Seminggu.....	7
Gambar 1.6 Bukti Rating dari <i>Word of Mouth</i>	10
Gambar 1.7 Nilai Gross Merchandise Value (GMV) Layanan Pesan-Antar Makanan di Asia Tenggara Tahun 2020	11
Gambar 1.8 Bukti dari <i>Customer Experience</i>	12
Gambar 1.9 Bukti dari <i>Customer Service</i>	13
Gambar 1.10 Bukti dari <i>Trust</i>	14
Gambar 1.11 Bukti dari <i>Delivery Service</i>	15
Gambar 1.12 Bukti dari <i>Quality Control</i>	16
Gambar 1.13 Bukti dari <i>Interface Issues</i>	16
Gambar 2.2 Hasil Penelitian Terdahulu dan Model Penelitiannya	45
Gambar 2.3 Model Penelitian.....	51
Gambar 2.4 Bagan Alur Berpikir	53
Gambar 4.1 Logo Grab Food	79
Gambar 4.2 Diagram Pie Responden Berdasarkan Usia	81
Gambar 4.3 Diagram Pie Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	82
Gambar 4.4 Scatterplot Uji Normalitas <i>Intention to Use</i>	112
Gambar 4.5 Scatterplot Uji Normalitas <i>Word of Mouth</i>	112
Gambar 4.6 Scatterplot Uji Heterokedastisitas <i>Intention to Use</i>	115
Gambar 4.7 Scatterplot Uji Heterokedastisitas <i>Word of Mouth</i>	115
Gambar 4.8 Hasil Penelitian.....	132

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Online Food Delivery</i> di Indonesia tahun 2021	9
Tabel 3.1. Desain Inti Kuesioner (Positif).....	60
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	62
Tabel 3.3 Rules of Thumb Mengenai Ukuran Koefisien Korelasi	76
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia	81
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	82
Tabel 4.3 Derajat Penilaian Setiap Variabel	83
Tabel 4.4 Tanggapan Responden terhadap <i>Interface Issues</i>	83
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap <i>Quality Control</i>	85
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap <i>Delivery Experience</i>	87
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap <i>Trust Issues</i>	88
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Service</i>	90
Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Experience</i>	91
Tabel 4.10 Tanggapan Rsponden terhadap <i>Intention to Use</i>	93
Tabel 4.11 Tanggapan Responden terhadap <i>Word Of Mouth</i>	94
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden terhadap <i>Interface Issues</i>	96
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden terhadap <i>Quality Control</i>	97
Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden terhadap <i>Delivery Experience</i>	99
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden terhadap <i>Trust Issues</i>	101
Tabel 4.16 Distribusi Jawaban Responden terhadap <i>Customer Service</i>	102
Tabel 4.17 Distribusi Jawaban Responden terhadap <i>Customer Experience</i>	103
Tabel 4.18 Distribusi Jawaban Responden terhadap <i>Intention to Use</i>	105
Tabel 4.19 Distribusi Jawaban Responden terhadap <i>Word of Mouth</i>	107
Tabel 4.20 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Interface Issues</i>	109
Tabel 4.21 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Quality Control</i>	109
Tabel 4.22 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Delivery Experience</i>	109
Tabel 4.23 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Trust Issues</i>	109
Tabel 2.24 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Service</i>	109
Tabel 2.25 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Experience</i>	109
Tabel 2.26 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Intention to Use</i>	110
Tabel 2.27 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Word of Mouth</i>	110
Tabel 4.28 Uji Reabilitas.....	110
Tabel 4.29 Uji Kolmogorov Smirnov (K-S)	111
Tabel 4.30 Nilai <i>Tolerance</i> dan VIF	113
Tabel 2.31 Sperman Test Correlation.....	116
Tabel 4.32 Hasil Uji Linearitas	117
Tabel 4.33 Hasil Uji Regresi Berganda (II, QC, DE, T, CS, CE *IU).....	118
Tabel 4.34 Hasil Uji Regresi Berganda (II, QC, DE, T, CS, CE, IU *WOM)....	121
Tabel 4.35 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 1 (R^2).....	125
Tabel 4.36 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 2 (R^2).....	126
Tabel 4.37 Hasil Uji-F.....	126
Tabel 4.38 Hasil Uji-T.....	128
Tabel 4.39 Indikator Variabel <i>Customer Service</i>	145
Tabel 4.40 Indikator Variabel <i>Customer Experience</i>	147

Tabel 4.41 Indikator Variabel <i>Trust Issues</i>	149
Tabel 4.42 Indikator Variabel <i>Interface Issues</i>	151
Tabel 4.43 Indikator Variabel <i>Intention to Use</i>	154
Tabel 4.44 Indikator Variabel <i>Delivery Experience</i>	157
Tabel 4.45 Indikator Variabel <i>Quality Control</i>	159
Tabel 4.46 Indikator Variabel <i>Word of Mouth</i>	161
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis	179
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial	188



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: KUESIONER POSITIF.....	A-1
LAMPIRAN B: LAMPIRAN TABULASI DATA	B-1
LAMPIRAN C: HASIL UJI STATISTIK DESKRIPTIF.....	C-1
LAMPIRAN D: HASIL TURNITIN	D-1

