

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRACT .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	16
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	18
1.3.1 Tujuan .....	18
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	18
1.4 Sistematika Penulisan .....	19
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	21
2.1 Landasan Teori .....	21
2.1.1 Service Dominant Logic Theory.....	20
2.2 Variabel Penelitian.....	22
2.2.1 E-Service Quality.....	22
2.2.2 Sales Promotion .....	24
2.2.3 E-Satisfaction.....	30

2.2.4 Repurchases Intention .....	32
2.3 Hubungan antar Variabel .....	35
2.3.1 Pengaruh E-service Quality dengan Repurchase Intention .....	35
2.3.2 Pengaruh Sales Promotion dengan Repurchase Intention .....	37
2.3.3 Pengaruh E-service Quality dengan E-Satisfaction .....	38
2.3.4 Pengaruh Sales Promotion dengan E-Satisfaction .....	39
2.3.5 Pengaruh E-Satisfaction dengan Repurchase Intention .....	40
2.3.6 Pengaruh Hubungan E-Service Quality dan Repurchase Intention dengan E-Satisfaction sebagai variabel intervening .....	42
2.4 Kerangka Pemikiran .....	43
2.5 Hipotesis .....	44
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>45</b>
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	45
3.1.1 Variabel Penelitian.....	45
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	45
3.2 Populasi dan Sampel.....	47
3.2.1 Populasi.....	47
3.2.2 Sampel.....	48
3.3 Jumlah Data dan Jenis Data.....	50
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	50
3.5 Uji Kelayakan Kuesioner.....	52
3.5.1 Uji Semantik .....	52
3.5.1.1 Uji Semantik Indikator Variabel.....	52
3.5.1.2 Uji Hipotesis .....	59
3.5.2 Uji Statistik .....	70
3.5.2.1 Uji Validitas.....	70

3.5.2.2 Uji Reliabilitas .....	71
3.6 Metode Analisis Data .....	72
3.6.1 Analisis Multivariat .....	72
BAB IV HASIL DAN ANALISIS .....	79
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	79
4.1.1 Deskripsi Umum Objek Penelitian .....	79
4.1.2 Deskripsi Umum Responden .....	80
4.1.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	81
4.1.2.2 Responden Berdasarkan Usia .....	82
4.1.2.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan/Profesi .....	83
4.1.2.4 Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan .....	84
4.1.2.5 Responden Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran untuk berbelanja food delivery dalam kurun 1 bulan .....	85
4.1.2.6 Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Makanan dan Minuman di Shopeefood .....	86
4.2 Uji Asumsi Structural Equation Model (SEM) .....	87
4.2.1 Uji Validitas .....	88
4.2.1.1 Uji Validitas Konstruk (Indikator) .....	88
4.2.1.2 Uji Validitas dengan Uji Convergent .....	89
4.1.1.3 Uji Validitas dengan Uji Average Variance Extracted (AVE) .....	92
4.2.2 Uji Reliabilitas .....	96
4.2.3 Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA) .....	100
4.2.3.1 Uji Confirmatory Factor Analysis Variabel Eksogen .....	100
4.2.3.2 Uji Confirmatory Factor Analysis Variabel Endogen .....	108
4.2.4 Uji Full Structural Equation Modelling (SEM) .....	116

4.2.5 Uji Terhadap Asumsi SEM.....	119
4.2.5.1 Uji Normalitas Data .....	119
4.2.5.2 Pengujian Outlier .....	120
4.2.5.3 Pengujian Multicolinearity dan Uji Singularity.....	124
4.2.5.4 Pengujian Residual .....	124
4.2.6 Pengujian Hipotesis .....	125
4.2.7 Pengujian Hipotesis Mediasi.....	125
4.2.8 Pengujian Pengaruh Langsung (direct) .....	130
4.2.9 Pengujian Pengaruh Tidak Langsung (Indirect) .....	131
4.3 Interpretasi Hasil.....	131
4.3.1 Pengaruh E-Service Quality terhadap Repurchase Intention..	131
4.3.2 Pengaruh Sales Promotion terhadap Repurchase Intention ....	132
4.3.3 Pengaruh E-Service Quality terhadap E-Satisfaction .....	133
4.3.4 Pengaruh Sales Promotion terhadap E-Satisfaction.....	134
4.3.5 Pengaruh E-Satisfaction terhadap Repurchase Intention .....	135
4.3.6 Pengaruh E-Service Quality terhadap Repurchase Intention dengan E-Satisfaction sebagai variabel intervening .....	131
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>137</b>
5.1 Kesimpulan .....	137
5.2 Implikasi Teoritis.....	139
5.3 Implikasi Manajerial.....	140
5.4 Keterbatasan dalam penelitian.....	143
5.5 Saran untuk Penelitian di masa depan .....	144
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>145</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>154</b>