



## DAFTAR ISI

DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
INTISARI .....	xii
ABSTRACT .....	xiii
I. PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	4
1.3. Tujuan .....	5
1.4. Manfaat Penelitian .....	6
1.5. Keaslian Penelitian .....	6
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI .....	7
2.1. Tinjauan Pustaka .....	7
2.2. Landasan Teori .....	12
2.4. Hipotesis Penelitian .....	19
III. METODE PENELITIAN .....	21
3.1. Metode Dasar .....	21
3.2. Jenis dan Sumber Data .....	21
3.3. Metode Sampling .....	21
3.4. Metode Pengumpulan Data .....	22
3.5. Asumsi dan Batasan Masalah .....	23
3.6. Definisi dan Pengukuran Variabel .....	23
3.7. Metode Analisis .....	33
IV. GAMBARAN UMUM LAYANAN FRESH FOOD E-COMMERCE .....	39
4.1. SayurBox .....	39



4.2.	AlloFresh .....	41
4.3.	Segari.....	43
4.4.	HappyFresh.....	45
4.5.	Titipku.....	47
4.6.	Perusahaan Lainnya.....	48
V.	HASIL DAN PEMBAHASAN .....	49
5.1.	Karakteristik Responden.....	49
5.2.	<i>Perceived Value</i> , Kepuasan Konsumen, Kepercayaan, Loyalitas Konsumen, dan <i>Repurchase Intention</i> .....	63
5.3.	Analisis SEM .....	68
VI.	KESIMPULAN DAN SARAN .....	82
6.1.	Kesimpulan.....	82
6.2.	Saran.....	82
	DAFTAR PUSTAKA.....	84