

## DAFTAR ISI

<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vi</b>
<b>INTISARI .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>9</b>
1.1 Latar Belakang.....	9
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	16
1.4 Tujuan Penelitian .....	16
1.5 Manfaat Penelitian.....	17
1.5.1 Manfaat Praktis .....	17
1.5.2 Manfaat Teoritis .....	18
1.6 Ruang Lingkup Penelitian dan Batasan Penelitian .....	18
1.6.1 Model Penelitian .....	18
1.6.2 Objek Penelitian.....	18
1.7 Sistematika Penulisan .....	19
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....</b>	<b>21</b>
2.1 Kualitas Layanan (Prespektif Gronroos).....	21
2.2 Kualitas Fungsional .....	24
2.3 Kualitas Teknis.....	25
2.4 Nilai yang Dipersepsikan .....	27
2.5 Kesetiaan Pelanggan.....	29
2.6 Kajian Penelitian Terdahulu.....	30
2.7 Pengembangan Hipotesis .....	39
2.7.1 Pengaruh kualitas fungsional terhadap nilai yang dipersepsikan .....	39
2.7.2 Pengaruh kualitas fungsional terhadap kesetiaan pelanggan .....	40
2.7.3 Pengaruh kualitas teknis terhadap nilai yang dipersepsikan.....	41
2.7.4 Pengaruh kualitas teknis terhadap kesetiaan pelanggan.....	42
2.7.5 Pengaruh nilai yang dipersepsikan terhadap kesetiaan pelanggan.....	43
2.7.6 Nilai yang dipersepsikan memediasi hubungan antara kualitas fungsional dengan kesetiaan pelanggan.....	44

2.7.7	Nilai yang dipersepsikan memediasi hubungan antara kualitas teknis dengan kesetiaan pelanggan.....	45
2.8	Model Penelitian .....	46
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>48</b>
3.1	Desain Penelitian .....	48
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	49
3.2.1	Kualitas Fungsional .....	49
3.2.2	Kualitas Teknis.....	52
3.2.3	Nilai yang dipersepsikan.....	54
3.2.4	Kesetiaan Pelanggan.....	55
3.3	Desain Sampel.....	56
3.3.1	Populasi .....	56
3.3.2	Metode Pengambilan Sampel dan Jumlah Sampel.....	56
3.3.3	Ukuran Sampel.....	57
3.3.4	Lokasi Penelitian.....	58
3.3.5	Instrumen Penelitian .....	58
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	59
3.5	Pengujian Instrumen Penelitian .....	59
3.5.1	Uji validitas.....	60
3.5.2	Uji reliabilitas.....	61
3.6	Metode Analisis Data .....	62
3.6.1	Model Jalur.....	62
3.6.2	Analisis Model Pengukuran .....	63
3.6.3	Analisis Model Struktural .....	63
3.6.4	Pengujian Hipotesis .....	64
<b>BAB IV .....</b>		<b>65</b>
4.1	Hasil Pengumpulan Data .....	65
4.2	Evaluasi Outer Model atau Model Pengukuran.....	65
4.2.1	Uji Validitas.....	66
4.2.1.1	Uji Validitas Konvergen.....	66
4.2.1.2	Uji Validitas Diskriminan.....	70
4.2.1.3	Uji Reliabilitas.....	74
4.3	Profil Responden.....	75
4.3.1	Usia Responden .....	75
4.3.2	Domisili Responden.....	75

4.3.3 Tingkat Pendidikan Terakhir Responden.....	76
4.3.4 Pendapatan Per Bulan Responden .....	76
4.3.5 Seberapa sering menggunakan aplikasi Gofood setiap minggu Responden .....	77
4.3.6 Lama telah memanfaatkan layanan aplikasi Gofood yang sedang digunakan Responden.....	78
4.4 Statistik Deskriptif.....	79
4.5 Evaluasi Inner Model atau Model Struktural .....	88
4.5.1 Uji Kolinieritas .....	88
4.5.2 Analisis Koefisien Jalur.....	91
4.5.3 Analisis Koefisien Determinasi .....	93
4.5.4 Ukuran Pengaruh $f^2$ .....	93
4.5.5 Uji Model Fit.....	94
4.5.6 Relevansi Prediktif $Q$ .....	95
4.6 Pengujian Hipotesis .....	96
4.6.1 Pengaruh Kualitas Fungsional Terhadap Nilai yang Dipersepsikan.....	100
4.6.2 Pengaruh Kualitas Fungsional Terhadap Kesetiaan Pelanggan. ....	100
4.6.3 Pengaruh Kualitas Teknik Terhadap Nilai yang Dipersepsikan.....	100
4.6.4 Pengaruh Kualitas Teknik Terhadap Kesetiaan Pelanggan .....	101
4.6.5 Pengaruh Nilai yang Dipersepsikan Terhadap Kesetiaan Pelanggan.....	101
4.6.6 Pengaruh Kualitas Fungsional Terhadap Kesetiaan Pelanggan Dengan Dimediasi Oleh Nilai yang Dipersepsikan .....	101
4.6.7 Pengaruh Kualitas Teknik Terhadap Kesetiaan Pelanggan Dengan Dimediasi Oleh Nilai yang Dipersepsikan .....	102
4.7 Penjelasan Pembahasan.....	102
4.7.1 Pengaruh Kualitas Fungsional pada Nilai yang Dipersepsikan.....	102
4.7.2 Pengaruh Kualitas Fungsional pada Kesetiaan Pelanggan.....	103
4.7.3 Pengaruh Kualitas Teknik pada Nilai yang Dipersepsikan .....	105
4.7.4 Pengaruh Kualitas Teknik pada Kesetiaan Pelanggan.....	106
4.7.5 Pengaruh Nilai yang Dipersepsikan pada Kesetiaan Pelanggan.....	107
4.7.6 Pengaruh Positif Mediasi Nilai yang Dipersepsikan antara Kualitas Fungsional pada Kesetiaan Pelanggan.....	108
4.7.7 Pengaruh Positif Mediasi Nilai yang Dipersepsikan antara Kualitas Teknik pada Kesetiaan Pelanggan .....	109
<b>BAB V.....</b>	<b>112</b>
5.1 Simpulan.....	112
5.2 Implikasi Manajerial.....	114

5.3 Keterbatasan Penelitian.....	116
5.4 Saran Untuk Penelitian Mendatang.....	117
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>119</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>124</b>
<b>Lampiran.....</b>	<b>124</b>