

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	18
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	20
1.3.1 Tujuan Penelitian	20
1.3.2 Kegunaan Penelitian	20
1.4 Sistematika Penulisan	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	23
2.1 Landasan Teori	23
2.1.1 Technology Acceptance Model (TAM).....	27
2.1.2 TAM Extended	29
2.1.3 TAM Islamic	28
2.1.4 Delivery Food	30
2.1.5 Persepsi Kemanfaatan	30
2.1.6 Persepsi Kemudahan	32
2.1.7 Diskon	33
2.1.8 Kualitas Layanan	34
2.1.9 Kepatuhan Syariah	36

2.1.10	Keputusan Penggunaan.....	36
2.2	Penelitian Terdahulu.....	40
2.3	Hubungan Antar Variabel.....	45
2.3.1	Hubungan antara Persepi Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan.....	45
2.3.2	Hubungan Antara Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan.....	46
2.3.3	Hubungan Antara Diskon Terhadap Keputusan Penggunaan.....	46
2.3.4	Hubungan Antara Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan.....	47
2.3.5	Hubungan Antara Kepatuhan Syariah Terhadap Keputusan Penggunaan.....	48
2.4	Kerangka Pemikiran.....	49
BAB III METODE PENELITIAN.....		51
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	51
3.1.1	Variabel Penelitian.....	51
3.1.2	Definisi Operasional.....	52
3.2	Populasi dan Sample.....	54
3.2.1	Populasi.....	54
3.2.2	Sampel.....	55
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	56
3.3.1	Data Primer.....	59
3.3.2	Data Sekunder.....	59
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	60
3.4.1	Studi Pustaka.....	60
3.4.2	Kuesioner.....	60
3.5	Metode Analisis Data.....	61
3.5.1	Analisis Dekstriptif.....	61
3.5.2	Analisis Kuantitatif.....	63
3.5.2.1	Uji Validitas.....	63

3.5.2.2	Uji Reliabilitas	63
3.5.2.3	Uji Multikolineralitas	64
3.5.2.4	Analisis Regresi Logistik.....	64
3.5.2.5	Uji Keseluruhan Model (Overall Model Fit).....	66
3.5.2.6	Uji Goodness Of Fit.....	66
3.5.2.7	Koefisien Determinasi (NagelKertke R square).....	67
3.5.2.8	Uji Simultan Logistik (Omnibus Test)	68
3.5.2.9	Uji Parsial Logistik (Wald Test).....	69
BAB IV HASIL DAN ANALISIS		71
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	71
4.2	Deskripsi Responden	72
4.2.1	Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	72
4.2.2	Karakteristik Responden Menurut Usia.....	73
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	75
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	76
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	76
4.2.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Pendapatan Per Bulan.....	78
4.2.7	Karakterisitik Responden Berdasarkan Alokasi Penghasilan Untuk Membeli Makanan	79
4.2.8	Karakterisitik Responden Berdasarkan aplikasi <i>delivery food</i> yang digunakan	79
4.2.9	Karakterisitik Responden Berdasarkan Alasan menggunakan aplikasi <i>delivery food</i>	80
4.2.10	Karakterisitik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Aplikasi <i>DeliveryFood</i> Dalam Seminggu.....	81
4.2.11	Karakterisitik Responden Berdasarkan Alasan Tidak Menggunakan <i>Delivery Food</i> (Bagi Yang Tidak Menggunakan) ...	82
4.3	Analisis Data.....	85
4.3.1	Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Perepsi	

Kemanfaatan	86
4.3.2 Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Persepsi Kemudahan	87
4.3.3 Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Diskon	88
4.3.4 Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Kualitas Layanan...	89
4.3.5 Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Kepatuhan Syariah	89
4.3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	90
4.3.6.1 Uji Validitas.....	90
4.3.6.2 Uji Reliabilitas	91
4.3.6.3 Uji Multikolinearitas.....	93
4.3.7 Analisa Regresi Logistik	94
4.3.7.1 Uji Keseluruhan Model (<i>Overall Model Fit</i>).....	94
4.3.7.2 Uji Goodnes of Fit (Hosmer and Lemeshow Test).....	95
4.3.7.3 Koefisien Determinasi (Nagelkerke R Square)	96
4.3.7.4 Uji Simultan Logistik (Omnibus Test)	97
4.3.7.5 Uji Parsial Logistik (Wald Test).....	98
4.4 Interpretasi Hasil.....	100
4.4.1 Pengaruh Persepsi Kemanfaatan (X1) Terhadap Keputusan Menggunakan Delivery Food Oleh Gen Z Muslim	100
4.4.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan (X2) Terhadap Keputusan Menggunakan Delivery Food Oleh Gen Z Muslim	101
4.4.3 Pengaruh Diskon (X3) Terhadap Keputusan Menggunakan Delivery Food Oleh Gen Z Muslim	102
4.4.4 Pengaruh Kualitas Layanan (X4) Terhadap Keputusan Menggunakan Delivery Food Oleh Gen Z Muslim	103
4.4.5 Pengaruh Kepatuhan Syariah (X5) Terhadap Keputusan Menggunakan Delivery Food Oleh Gen Z Muslim	104
BAB V PENUTUPAN	106
5.1 Kesimpulan.....	106
5.2 Keterbatasan	108

5.3	Saran	109
DAFTAR PUSTAKA		110
LAMPIRAN		118

