

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Sistematika Penulisan.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Landasan Teori.....	16
2.1.1 Convenience Motivation.....	16
2.1.2 Post-usage usefulness.....	18
2.1.3 Attitude.....	20
2.1.4 Behavioral intention.....	21

2.2	Hubungan antar variabel.....	23
2.2.1	Hubungan <i>Convenience Motivation</i> (CM) dengan <i>Post Usage Usefulness</i> (PUU).....	23
2.2.2	Pengaruh <i>Convenience Motivation</i> (CM) terhadap <i>Attitude towards online food delivery service</i> (AOFDS).....	23
2.2.3	Pengaruh <i>Convenience Motivation</i> (CM) terhadap <i>Behavioral Intention towards Online Food Delivery Services</i> (BIOFDS).....	25
2.2.4	Pengaruh <i>Post Usage Usefulness</i> (PUU) terhadap <i>Attitude towards online food delivery service</i> (AOFDS).....	26
2.2.5..	Pengaruh <i>Post Usage Usefulness</i> (PUU) terhadap <i>Behavioral Intention towards Online Food Delivery Services</i> (BIOFDS).....	26
2.2.6	Pengaruh <i>Attitude towards online food delivery service</i> (AOFDS) terhadap <i>Behavioral Intention towards Online Food Delivery Services</i> (BIOFDS).....	27
2.3	Penelitian terdahulu.....	28
2.4	Kerangka pemikiran teoritis.....	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		33
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	33
3.1.1	Variabel Penelitian.....	33
3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	34
3.2	Populasi dan Sampel.....	36
3.2.1	Populasi.....	36
3.2.2	Sampel.....	37
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	38

3.3.1 Data Primer .....	38
3.3.2 Data Sekunder .....	39
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	39
3.5 Metode Analisis Data .....	40
3.5.1 Instrumen Pengujian.....	40
3.5.1.1 Uji Validitas.....	40
3.5.1.2 Uji Reliabilitas .....	40
3.5.2 Analisis Multivariate.....	41
3.5.2.1 Pengembangan model secara teoritis.....	41
3.5.2.2 Menyusun diagram jalur dan persamaan struktural.....	41
3.5.2.3 Konversi diagram alur ke dalam persamaan struktural dan spesifikasi model pengukuran.....	42
3.5.2.4 Memilih matriks yang akan diinput beserta jenis estimasinya .....	42
3.5.2.5 Melakukan identifikasi model .....	43
3.5.2.6 Melakukan penilaian Goodness of Fit .....	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	47
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	47
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	47
4.1.2 Gambaran Umum Responden .....	47
4.2 Analisis Data .....	50
4.2.1 Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA) .....	50
4.2.2 Uji CFA Konstruk Eksogen .....	51
4.2.3 Uji CFA Konstruk Endogen.....	53

4.2.4 Analisis Full Structural Equation Model (SEM).....	59
4.2.5 Asumsi SEM .....	62
4.2.5.1 Evaluasi Normalitas Data .....	62
4.2.5.2 Evaluasi Outlier Data.....	63
4.2.5.3 Uji Multikolinearitas dan Uji Singularitas.....	67
4.2.5.4 Evaluasi Validitas dan Reliabilitas .....	68
4.2.5.5 Uji Nilai Residual .....	70
4.2.5.6 Analisis Variabel Mediasi.....	70
4.2.5.7 Pengujian Hipotesis .....	72
4.3 Interpretasi Hasil.....	74
4.3.1 Pengaruh <i>Convenience Motivation</i> terhadap <i>Post-Usage Usefulness</i> ....	74
4.3.2 Pengaruh <i>Convenience Motivation</i> terhadap <i>Attitude towards OFD Service</i> .....	75
4.3.3 Pengaruh <i>Convenience Motivation</i> terhadap <i>Behavioral Intention towards OFD Service</i> .....	75
4.3.4 Pengaruh <i>Post-Usage Usefulness</i> terhadap <i>Attitude towards OFD Service</i> .....	76
4.3.5 Pengaruh <i>Post-Usage Usefulness</i> terhadap <i>Behavioral Intention towards OFD Service</i> .....	77
4.3.6 Pengaruh <i>Attitude</i> terhadap <i>Behavioral Intention towards OFD Service</i> ..	78
BAB V PENUTUP.....	79
5.1 Ringkasan Penelitian .....	79
5.2 Implikasi Manajerial.....	81

5.3	Keterbatasan Penelitian .....	84
5.4	Saran untuk Penelitian Mendatang.....	84
DAFTAR PUSTAKA .....		86
LAMPIRAN.....		94



**FEB UNDIP**