

DAFTAR ISI

PENGARUH RELIGIUSITAS, PRODUK, PROMOSI, <i>RATING</i> DAN <i>REVIEW</i> TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI PEMESANAN MAKANAN <i>ONLINE</i>	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
KATA PENGANTAR	v
ABSTRACT	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Sistematika Penulisan	10
BAB II	12
TELAAH PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Theory Planned Behavior	12
2.1.1.1 Sikap (<i>Attitude</i>)	13
2.1.1.2 Norma Subjektif (<i>Subjective Norm</i>)	13
2.1.1.3 Persepsi Kendali Perilaku (<i>perceive behavioral control</i>)	14
2.1.2 Perilaku Konsumen	17
2.1.2.1 Faktor Budaya	17
2.1.2.2 Faktor Sosial	17

2.1.2.3 Faktor Pribadi	18
2.1.2.4 Faktor Psikologis	20
2.1.10 Perilaku Konsumen Islam	20
2.1.4 Religiusitas	21
2.1.5 Produk	23
2.1.6 Promosi.....	25
2.1.7 Customer Review	28
2.1.8 Customer Rating.....	29
2.1.9 <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)	30
2.1.10 Keputusan Pembelian.....	32
2.2 Landasan Teori	33
2.2.1 Hubungan Religiusitas terhadap keputusan pembelian menggunakan GoFood/ Shopeefood / Grabfood.....	33
2.2.2 Hubungan Produk Terhadap Keputusan Pembelian menggunakan GoFood/ Shopeefood / Grabfood	34
2.2.3 Hubungan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian menggunakan GoFood/ Shopeefood / Grabfood.....	35
2.2.4 Hubungan Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian menggunakan GoFood/ Shopeefood / Grabfood.....	35
2.2.5 Hubungan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian menggunakan GoFood/ Shopeefood / Grabfood.....	36
2.3 Penelitian Terdahulu	38
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	41
2.5 Hipotesis Penelitian	43
BAB III	44
METODE PENELITIAN.....	44
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	44
3.1.1 Variabel Penelitian	44
3.1.2 Definisi Operasional	45
3.2 Populasi dan Sampel.....	47
3.2.1 Populasi	47
3.2.2 Sampel.....	48

3.3 Jenis dan Sumber Data.....	49
3.3.1 Jenis Data.....	49
3.3.2 Sumber Data	50
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	50
3.5 Deskripsi Variabel Penelitian	51
3.6 Metode Analisis	53
3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	53
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	54
3.6.3 Uji Regresi Linier Berganda.....	57
3.6.4 Uji Paired T-test.....	57
3.7 Uji Hipotesis	58
3.7.1 Uji Parsial (Uji t)	58
3.7.2 Uji Kelayakan Model (Uji F)	59
3.7.3 Nilai Koefisien Determinasi (R^2)	59
BAB IV	60
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	60
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	60
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	60
4.2 Gambaran Umum Responden.....	61
4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
4.2.2 Responden Berdasarkan Angkatan.....	62
4.2.3 Responden Berdasarkan Penggunaan Aplikasi	63
4.2.4 Responden Berdasarkan Platform yang digunakan.....	63
4.3 Analisis Indeks Jawaban	63
4.3.1 Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Religiusitas (X1)	65
4.3.2 Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Produk (X2).....	66
4.3.3 Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Promosi (X3) ...	66
4.3.4 Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Review dan Rating (X4).....	67
4.4.5 Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	68

4.4 Uji Instrumen Pengumpulan data	69
4.4.1 Uji Validitas	69
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	71
4.4.3 Uji Asumsi Klasik	72
4.4.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	76
4.4.5 Uji Hipotesis (Uji Goodness of Fit).....	79
4.5 Interpretasi Hasil.....	83
4.5.1 Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Aplikasi Pemesanan Makanan <i>Online</i>	83
4.5.2 Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Aplikasi Pemesanan Makanan Online.....	85
4.5.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Aplikasi Pemesanan Makanan Online.....	87
4.5.4 Pengaruh Review dan Rating Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Aplikasi Pemesanan Makanan Online.....	88
BAB V	90
PENUTUP	90
5.1 Kesimpulan	90
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	91
5.3 Saran.	92
Daftar Pustaka.....	94
LAMPIRAN A (KUESIONER PENELITIAN).....	97
LAMPIRAN B (TABULASI DATA)	104
LAMPIRAN C (HASIL UJI VALIDITAS DAN REABILITAS)	107
LAMPIRAN D (UJI ASUMSI KLASIK)	113
LAMPIRAN E (UJI HIPOTESIS).....	116