

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
LEMBAR PERSETUJUAN	v
LEMBAR ORISINALITAS	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
1.4.1 Manfaat Teoritis	15
1.4.2 Manfaat Praktis	16
1.4.2.1 Bagi Peneliti	16
1.4.2.2 Bagi Perusahaan	16

1.4.2.3	Bagi Universitas Negeri Jakarta	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA		18
2.1	Teori Pendukung	18
2.1.1	<i>Social Influence</i>	18
2.1.2	<i>Perceived Ease of Use</i>	20
2.1.3	<i>System Quality</i>	23
2.1.4	<i>Attitude</i>	25
2.1.5	<i>Behavioral Intention to Use</i>	28
2.2	Pengembangan Hipotesis dan Kerangka Teori	30
2.2.1	Pengembangan Hipotesis	30
2.2.2	Kerangka Teori	37
2.3	Penelitian Terdahulu	39
BAB III METODE PENELITIAN		47
3.1	Waktu Dan Tempat Penelitian	47
3.1.1	Waktu	47
3.1.2	Tempat Penelitian	47
3.2	Desain Penelitian	47
3.3	Populasi dan Sampel	48
3.3.1	Populasi	48
3.3.2	Sampel	48

3.4	Pengembangan Instrumen	49
3.4.1	<i>Social Influence</i>	49
3.4.2	<i>Perceived Ease of Use</i>	50
3.4.3	<i>System Quality</i>	51
3.4.4	<i>Attitude</i>	52
3.4.5	<i>Behavioral Intention to Use</i>	54
3.4.6	Skala Pengukuran	55
3.5	Teknik Pengumpulan Data	55
3.6	Teknik Analisis Data	56
3.6.1	Analisis Deskriptif	56
3.6.2	Uji Validitas	56
3.6.3	Uji AVERAGE Variance Extracted (AVE)	57
3.6.4	Uji Reliabilitas	57
3.6.5	Uji Hipotesis	58
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	61
4.1	Deskripsi Data	61
4.1.1	Karakteristik Responden	61
4.1.2	Analisis Deskriptif	65
4.2	Hasil Pengujian	72
4.2.1	<i>Exploratory Factor Analysis (EFA)</i>	72

4.2.2	<i>Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i>	77
4.2.3	Uji Hipotesis	87
4.2.4	Pembahasan	88
BAB V PENUTUP		100
5.1	Kesimpulan	100
5.2	Implikasi	103
5.2.1	Implikasi Teoretis	103
5.2.2	Implikasi Praktis	104
5.3	Keterbatasan Penelitian	107
5.4	Rekomendasi Penelitian Selanjutnya	107
DAFTAR PUSTAKA		109
LAMPIRAN		119

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Sumber Pertumbuhan Ekonomi Indonesia.....	2
Gambar 1. 2 Frekuensi Penggunaan Jasa <i>Food Delivery</i>	3
Gambar 1. 3 Karakteris Pengguna Jasa <i>Food Delivery</i>	4
Gambar 1. 4 Wilayah dan Negara dengan Konsumsi Kopi Terbesar di Dunia	6
Gambar 1. 5 Kedai Kopi Favorit.....	8
Gambar 1. 6 Aplikasi TOMORO Coffee pada Play Store dan Apps Store	9
Gambar 1. 7 <i>Top Free Ranking</i> Kategori Makanan dan Minuman Aplikasi Kedai Kopi Lokal di Google Playstore.....	10
Gambar 1. 8 Grafik Jumlah Unduhan Aplikasi Tomoro Coffee.....	11
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	37
Gambar 4. 1 Model Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Social Influence</i>	77
Gambar 4. 2 Model Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Perceived Ease of Use</i> .	79
Gambar 4. 3 Model Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>System Quality</i>	80
Gambar 4. 4 Model Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Attitude</i>	81
Gambar 4. 5 Model Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Behavioral Intention to Use</i>	82
Gambar 4. 6 <i>Full Measurement Model</i>	83
Gambar 4. 7 <i>Fitted Measurement Model</i>	84

DAFTAR TABEL

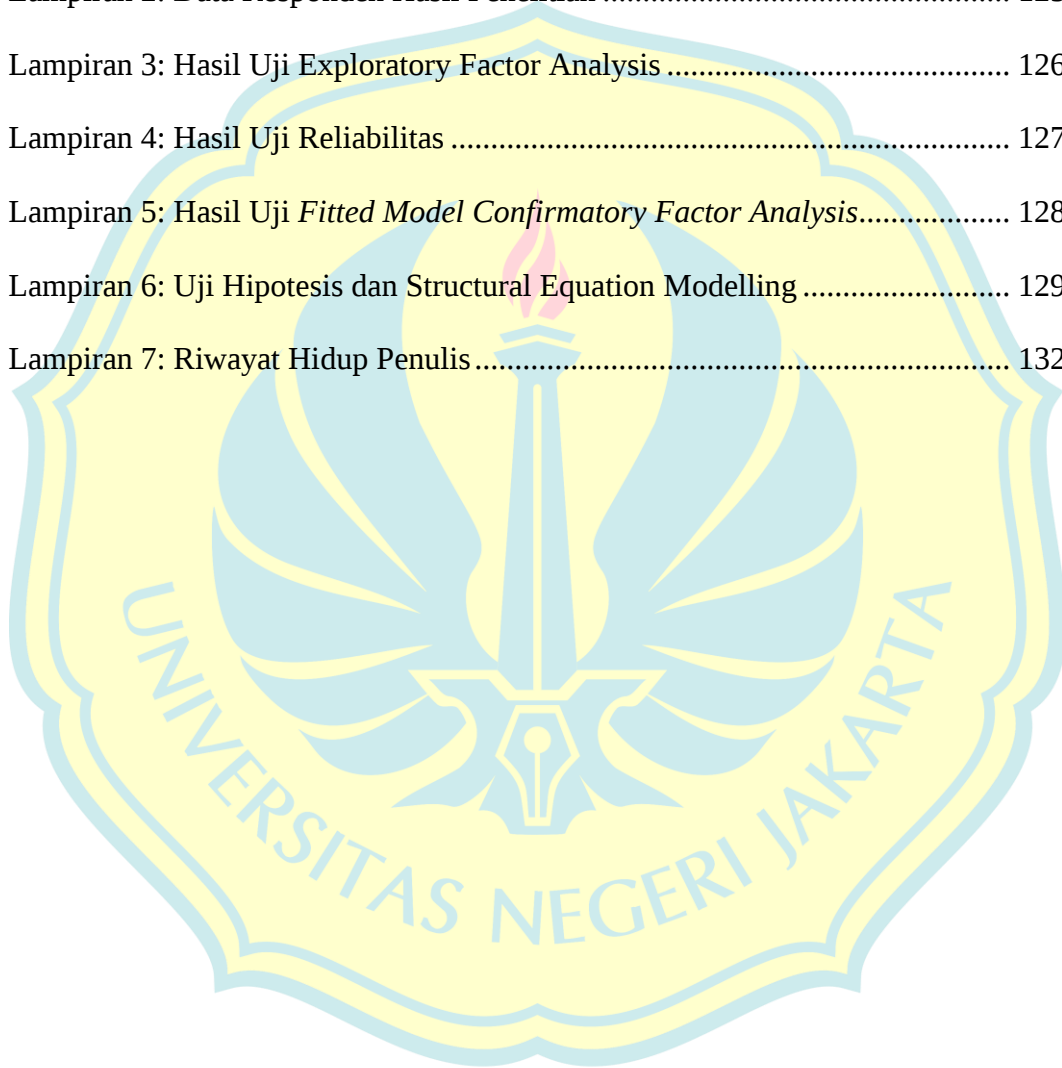
Tabel 1. 1 Data Ulasan Pengguna Aplikasi Tomoro Coffee.....	12
Tabel 2. 1 Hipotesis Variabel.....	38
Tabel 2. 2 Hasil Penelitian Terdahulu.....	39
Tabel 3. 1 Instrumen Social Influence.....	49
Tabel 3. 2 Instrumen Perceived Ease of Use.....	51
Tabel 3. 3 Instrumen System Quality.....	52
Tabel 3. 4 Instrumen Attitude	53
Tabel 3. 5 Instrumen Social Influence	54
Tabel 3. 6 Skala Likert.....	55
Tabel 3. 7 Tingkat Reliabilitas <i>Cronbach's alpha</i>	58
Tabel 3. 8 <i>Goodness of Fit Indices</i>	60
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Durasi Penggunaan Aplikasi...61	
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	62
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	63
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	63
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	64
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan	64
Tabel 4. 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	65
Tabel 4. 9 Deskriptif Variabel Social Influence.....	65
Tabel 4. 10 Deskriptif Variabel Perceived Ease of Use.....	67

Tabel 4. 11 Deskriptif Variabel System Quality	69
Tabel 4. 12 Deskriptif Variabel Attitude.....	70
Tabel 4. 13 Deskriptif Variabel Behavioral Intention to Use	71
Tabel 4. 14 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Social Influence	73
Tabel 4. 15 Uji Validitas, AVE dan Reliabilitas Variabel Perceived Ease of Use	74
Tabel 4. 16 Uji Validitas, AVE dan Reliabilitas Variabel System Quality	75
Tabel 4. 17 Uji Validitas, AVE dan Reliabilitas Variabel Attitude	76
Tabel 4. 18 Uji Validitas, AVE dan Reliabilitas Variabel Social Influence	76
Tabel 4. 19 Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Social Influence</i>	78
Tabel 4. 20 Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	79
Tabel 4. 21 Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>System Quality</i>	80
Tabel 4. 22 Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Attitude</i>	81
Tabel 4. 23 Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Behavioral Intention to Use</i>	82
Tabel 4. 24 Hasil <i>Full Measurement Model</i> SEM AMOS.....	83
Tabel 4. 25 Hasil <i>Fitted Measurement Model</i> SEM AMOS.....	85
Tabel 4. 26 Hasil Uji Hipotesis	87

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	119
Lampiran 2: Data Responden Hasil Penelitian	125
Lampiran 3: Hasil Uji Exploratory Factor Analysis	126
Lampiran 4: Hasil Uji Reliabilitas	127
Lampiran 5: Hasil Uji <i>Fitted Model Confirmatory Factor Analysis</i>	128
Lampiran 6: Uji Hipotesis dan Structural Equation Modelling	129
Lampiran 7: Riwayat Hidup Penulis	132



Intelligentia - Dignitas