

## DAFTAR ISI

<b>JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERTANGGUNG JAWABAN SKRIPSI .....</b>	<b>vi</b>
<b>RINGKASAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1. Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2. Rumusan Masalah.....</b>	<b>13</b>
1.2.1.Pernyataan Masalah .....	13
1.2.2.Pertanyaan Penelitian .....	13
<b>1.3. Tujuan Penelitian .....</b>	<b>13</b>
<b>1.4. Kontribusi Penelitian .....</b>	<b>14</b>
1.4.1.Kontribusi Teoritis.....	14
1.4.2.Kontribusi Praktis .....	15
<b>1.5. Gambaran Kontekstual Penelitian .....</b>	<b>15</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>19</b>
<b>2.1. Landasan Teori.....</b>	<b>19</b>
2.1.1.E-Servicescape.....	19
2.1.2.Attractiveness of Discount .....	22
2.1.3.Kepuasan Pelanggan .....	23
2.1.4.Pembelian Ulang .....	26
<b>2.2. Kajian Empiris .....</b>	<b>28</b>
<b>2.3. Kerangka Konseptual dan Hipotesis Penelitian .....</b>	<b>39</b>
2.3.1.Kerangka Konseptual .....	39
2.3.2.Hipotesis dan Kerangka Pemikiran .....	41
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>43</b>
<b>3.1. Bentuk Penelitian .....</b>	<b>43</b>
<b>3.2. Tempat dan Waktu Penelitian .....</b>	<b>44</b>

<b>3.3. Data</b> .....	<b>44</b>
3.3.1.Data Primer .....	44
3.3.2.Data Sekunder.....	44
<b>3.4. Teknik Pengumpulan Data</b> .....	<b>44</b>
<b>3.5. Populasi dan Sampel</b> .....	<b>45</b>
3.5.1.Populasi.....	45
3.5.2.Sampel.....	45
<b>3.6. Variabel Penelitian</b> .....	<b>46</b>
<b>3.7. Operasional Variabel Penelitian</b> .....	<b>47</b>
<b>3.8. Metode Analisis Data</b> .....	<b>51</b>
3.8.1.Uji Instrumen .....	51
3.8.2.Uji Asumsi Klasik .....	53
3.8.3 Analisis Data .....	55
3.8.4 Uji Kelayakan Model.....	56
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>59</b>
<b>4.1. Hasil Penelitian</b> .....	<b>59</b>
4.1.1.Karakteristik Responden.....	59
4.1.2.Uji Instrument Dan Uji Asumsi Klasik.....	64
4.1.3.Path Analysis Substruktur Pertama .....	72
4.1.4.Path Analysis Substruktur Kedua .....	77
4.1.5.Uji Parsial (Uji t).....	82
4.1.6.Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	84
<b>4.2. Pembahasan</b> .....	<b>87</b>
4.2.1.H1 : E-Servicescape Berpengaruh Langsung Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Aplikasi Gofood Generasi z. ....	87
4.2.2.H2 : Attractiveness Of Discount Berpengaruh Langsung Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Aplikasi Gofood Generasi z. ....	88
4.2.3.H3 : Kepuasan Pelanggan Berpengaruh Langsung Terhadap Pembelian Ulang Pengguna Aplikasi Gofood Generasi z. ....	88
4.2.4.H4 : E-Servicescape Berpengaruh Langsung Terhadap Pembelian Ulang Pengguna Aplikasi Gofood Generasi z.....	89
4.2.5.H5 : Attractiveness Of Discount Berpengaruh Terhadap Pembelian Ulang Pengguna Aplikasi Gofood Generasi z.....	90
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>91</b>
<b>5.1. Kesimpulan</b> .....	<b>91</b>
<b>5.2. Rekomendasi</b> .....	<b>92</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>94</b>