

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbedaan antara Gofood, Grabfood, dan Shopeefood.....	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	47
Tabel 3. 3 Skala Likert	51
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4. 2 Pengelompokkan Responden Berdasarkan Umur.....	60
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pendidikan	61
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	62
Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan	63
Tabel 4. 6 Responden Berdasarkan Menggunakan Gofood.....	63
Tabel 4. 7 Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Gofood.....	64
Tabel 4. 8 Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	66
Tabel 4. 9 Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	67
Tabel 4. 10 Uji Multikolenieritas E-Servicescape dan Attractiveness Of Discount Terhadap Kepuasan Pelanggan	70
Tabel 4. 11 Uji Multikolenieritas E-servicescape, Attractiveness Discount, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Pembelian Ulang.....	70
Tabel 4. 12 Path Analysis Substruktur Pertama.....	73
Tabel 4. 13 Sobel Test E-Servicescape Terhadap Kepuasan Pelanggan	74
Tabel 4. 14 Sobel Test E-servicescape, Kepuasan Pelanggan Terhadap Pembelian Ulang	75
Tabel 4. 15 Path Analysis Substruktur Kedua	77
Tabel 4. 16 Sobel Test Attractiveness Of Discount Terhadap Kepuasan Pelanggan	79
Tabel 4. 17 Sobel Test Attractiveness Discount, Kepuasan Pelanggan Terhadap Pembelian Ulang	79
Tabel 4. 18 Hasil Uji t Substruktur 1	82
Tabel 4. 19 Hasil Uji t Substruktur 2	83
Tabel 4. 20 Path Dan Pengujian Hipotesis.....	84
Tabel 4. 21 Koefisien Determinasi Substruktur 1	84

Tabel 4. 22 Koefisien Determinasi Substruktur 2.....	85
Tabel 4. 23 Pengaruh Langsung dan Pengaruh Tidak Langsung.....	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Logo Go Food	2
Gambar 1. 2 Tampilan Gofood Dengan Promo Dan Rekomendasi Makanan.....	3
Gambar 1. 3 Peningkatan Transaksi Digital Masa PPKM.....	4
Gambar 1. 4 Perilaku Konsumsi OFD di Indonesia di Era Pandemi.....	5
Gambar 1. 5 Layanan Pesan Antar Makanan Eksis Pasca Pandemi	5
Gambar 1. 6 Tampilan Promo Dan Diskon Pada Aplikasi Gofood.....	10
Gambar 1. 7 Tingkat Loyalitas Pengguna Terhadap Layanan Yang Ditawarkan Pada Aplikasi Gojek.....	12
Gambar 1. 8 Go Club	17
Gambar 1. 9 Reward pada Setiap Level.....	18
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	42
Gambar 4. 1 Uji Normalitas E-servicescape dan Attractiveness Of Discount Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	69
Gambar 4. 2 Uji Normalitas E-Servicescape, Attractiveness Discount, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Pembelian Ulang	69
Gambar 4. 3 Analisis Uji Heteroskedastisitas E-Servicescape dan Attractiveness Of Discount Terhadap Kepuasan Pelanggan	71
Gambar 4. 4 Analisis Uji Heteroskedastisitas E-Servicescape, Attractiveness Discount, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Pembelian Ulang ...	72
Gambar 4. 5 Model Sobel Test Substruktur 1.....	76
Gambar 4. 6 Model Sobel Test Substruktur 1.....	80
Gambar 4. 7 Interpretasi Path Analysis.....	87

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	98
Lampiran 2. Data Uji Validitas Reliabilitas Variabel E_ServicesScape : Daya Tarik Estetika (Asthetic Appeal)	101
Lampiran 3. Data Uji Validitas Reliabilitas Variabel E_ServicesScape : Daya Tarik Estetika (Layout And Functionality).....	102
Lampiran 4. Data Uji Validitas Reliabilitas Variabel E_ServicesScape : Keamanan Keuangan (Financvaial Security)	103
Lampiran 5. Data Uji Validitas Reliabilitas Variabel Attractiveness Of Discount	104
Lampiran 6. Data Uji Validitas Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan.....	105
Lampiran 7. Data Uji Validitas Reliabilitas Variabel Pembelian Ulang	106
Lampiran 8. Output Uji Validitas Reliabilitas Variabel E-Servicescape : Daya Tarik Estetika	107
Lampiran 9. Output Uji Validitas Reliabilitas Variabel E-Servicescape : Daya Tarik Estetika	109
Lampiran 10. Output Uji Validitas Reliabilitas Variabel E_ServicesScape : Keamanan	111
Lampiran 11. Output Uji Validitas Reliabilitas Variabel Attractiveness Of Discount	113
Lampiran 12. Output Uji Validitas Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan	116
Lampiran 13. Output Uji Validitas Reliabilitas Variabel Pembelian Ulang	118
Lampiran 14. Data Variabel E_Servicescape (X1)	120
Lampiran 15. Data Variabel Attractiveness Of Discount (X2).....	125
Lampiran 16. Data Uji Variabel Kepuasan Pelanggan (Y1).....	128
Lampiran 17. Data Variabel Pembelian Ulang (Y2).....	131
Lampiran 18. Data Path Analisis	134
Lampiran 19. Sobel Test Jalur 1 Path Analisis	137
Lampiran 20. Sobel Test Jalur 2 Path Analisis	140
Lampiran 21. Output Path Analysis Jalur 1	143
Lampiran 22. Output Path Analysis Jalur 2	147

Lampiran 23. Output Sobel Test Path Analysis Jalur 1	151
Lampiran 24. Output Sobel Test Path Analysis Jalur 2	154