

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Konsep Ekuitas Merek Menurut Para Ahli	21
Tabel 2. 2 Perbedaan CB-SEM dan PLS-SEM.....	43
Tabel 2. 4 Ringkasan <i>Rule of Thumb</i> Uji Validitas <i>Convergent</i> dan <i>Discriminant</i>	46
Tabel 2. 5 Ringkasan <i>Rule of Thumb</i> Uji Reliabilitas Konstruk.....	46
Tabel 2. 6 Ringkasan <i>Rule of Thumb</i> Evaluasi Model Struktural	50
Tabel 2. 7 Penelitian Terdahulu	51
Tabel 2. 8 Posisi Penelitian	55
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	61
Tabel 4.1 Segmentasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Perusahaan Gofood	72
Tabel 4.2 Segmentasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Perusahaan Shopeefood.....	72
Tabel 4.3 Segmentasi Responden Berdasarkan Umur Gofood.....	72
Tabel 4.4 Segmentasi Responden Berdasarkan Umur Shopeefood	73
Tabel 4.5 Segmentasi Responden Berdasarkan Umur Gofood.....	73
Tabel 4.6 Segmentasi Responden Berdasarkan Umur Gofood.....	73
Tabel 4.7 Segmentasi Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Layanan Gofood	74
Tabel 4. 8 Segmentasi Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Layanan Shopeefood.....	74
Tabel 4.9 Segmentasi Responden Berdasarkan Jumlah Pemakaian Layanan Gofood	74
Tabel 4.10 Segmentasi Responden Berdasarkan Jumlah Pemakaian Layanan Shopeefood.....	75
Tabel 4.11 Rekap Nilai Awal <i>Loading Factor</i> Gofood	79
Tabel 4.12 Nilai <i>Average Variance Extracted</i> Model Awal Gofood.....	80
Tabel 4.13 Rekap Nilai <i>Loading Factor</i> Setelah Eleminasi pada Gofood.....	82
Tabel 4.14 Nilai <i>Average Variance Extracted</i> Setelah Eleminasi pada Gofood...	83
Tabel 4.15 Rekap Nilai Awal <i>Loading Factor</i> pada Shopeefood.....	85
Tabel 4.15 Rekap Nilai Awal <i>Loading Factor</i> pada Shopeefood (Lanjutan)	86

Tabel 4.16 Nilai <i>Average Variance Extracted</i> Model Awal pada Shopeefood	86
Tabel 4.17 Rekap Nilai <i>Loading Factor</i> Setelah Eleminasi pada Shopeefood.....	88
Tabel 4.18 Nilai <i>Average Variance Extracted</i> Setelah Eleminasi pada Gofood...	89
Tabel 4.19 Nilai Validitas Diskriminan <i>Fornell-Larcker</i> pada Gofood	90
Tabel 4.20 Nilai Validitas Diskriminan <i>Cross Loading</i> pada Gofood.....	90
Tabel 4.21 Nilai Validitas Diskriminan <i>Fornell-Larcker</i> pada Shopeefood	91
Tabel 4.22 Nilai Validitas Diskriminan <i>Cross Loading</i> pada Shopeefood.....	92
Tabel 4.23 Nilai <i>Composite Reability</i> pada Gofood	93
Tabel 4.24 Nilai <i>Cronbach Alpha</i> Pada Gofood	94
Tabel 4.25 Nilai <i>Composite Reability</i> pada Shopeefood	94
Tabel 4. 26 Nilai <i>Cronbach Alpha</i> Pada Gofood	94
Tabel 4.27 Evaluasi Model Struktural <i>Variance Inflaction Factor</i> (VIF) Gofood	95
Tabel 4.28 Evaluasi Model Struktural <i>Variance Inflaction Factor</i> (VIF) Shopeefood.....	96
Tabel 4.29 Nilai <i>R-Square</i> pada Gofood.....	96
Tabel 4.30 Nilai <i>F-Square</i> pada Shopeefood.....	97
Tabel 4.31 Nilai <i>F-Square</i> pada Gofood.....	98
Tabel 4.32 Nilai <i>F-Square</i> pada Shopeefood.....	98
Tabel 4.33 Nilai <i>Q-Square</i> pada Gofood	99
Tabel 4.34 Nilai <i>Q-Square</i> pada Shopeefood	100
Tabel 4. 35 Nilai <i>Dirrect Effect</i> Pada Gofood.....	101
Tabel 4.36 Nilai <i>T-Statistic Direct Effect</i> pada Gofood.....	101
Tabel 4.37 Nilai <i>Dirrect Effect</i> Pada Shopeefood.....	102
Tabel 4.38 Nilai <i>T-Statistic Direct Effect</i> pada Shopeefood.....	103
Tabel 4.39 Nilai <i>Indirect Effect</i> pada Gofood.....	103
Tabel 4. 40 Nilai <i>T-Statistik Indirect Effect</i> pada Gofood.....	104
Tabel 4. 41 Nilai <i>Indirect Effect</i> pada Shopeefood	104
Tabel 4.42 Nilai <i>T-Statistik Indirect Effect</i> pada Shopeefood	105
Tabel 4. 43 Nilai <i>P-Value Direct Effect</i> Hipotesis Parsial Perusahaan Gofood..	106
Tabel 4.44 Nilai <i>P-Value Direct Effect</i> Hipotesis Parsial Perusahaan Shopeefood	108
Tabel 4. 45 Nilai <i>P-Value Indirect Effect</i> Hipotesis Parsial Perusahaan Gofood	111

Tabel 4.46 Nilai <i>P-Value Indirect Effect</i> Hipotesis Parsial Perusahaan Shopeefood	112
Tabel 4. 47 Kesimpulan Pengujian Hipotesis pada Gofood	113
Tabel 4.48 Kesimpulan Pengujian Hipotesis pada Shopeefood	115
Tabel 4.49 Hasil IPMA Variabel pada Gofood.....	116
Tabel 4.50 Hasil IPMA Indikator pada Gofood.....	117
Tabel 4.51 Hasil IPMA Variabel pada Shopeefood.....	119
Tabel 4.52 Hasil IPMA Indikator pada Shopeefood.....	119
Tabel 4. 53 Rekomendasi Perbaikan.....	151
Tabel 4. 54 Tabel Hasil T-stat <i>Gofood</i> dan <i>Shopeefood</i>	142

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo <i>Gofood</i>	13
Gambar 2.2 Logo <i>Shopeefood</i>	14
Gambar 2.3 Komponen <i>Customer Experience</i>	16
Gambar 2.4 Model <i>Branded Customer Experience</i>	17
Gambar 2.5 Konsep <i>Brand Equity</i> Menurut David Aaker (1992)	23
Gambar 2.6 Model PLS SEM	40
Gambar 2.7 Kuadran Analisis IPMA	50
Gambar 3.1 Diagram Alir Penelitian	57
Gambar 3.2 Kerangka Penelitian	60
Gambar 4.1 Model Jalur (<i>path model</i>)	76
Gambar 4.2 Model Konstruk Awal <i>Loading Factor Gofood</i>	78
Gambar 4.3 Model Konstruk Akhir <i>Loading Factor Gofood</i>	81
Gambar 4.4 Model Konstruk Awal <i>Loading Factor Shopeefood</i>	84
Gambar 4.5 Model Konstruk Akhir <i>Loading Factor</i> pada Shopeefood	87
Gambar 4.6 <i>Importance Performance Map</i> Variabel pada Gofood.....	116
Gambar 4.7 <i>Importance Performance Map</i> Indikator pada Gofood.....	117
Gambar 4.8 <i>Importance Performance Map</i> Variabel pada Shopeefood.....	118
Gambar 4.9 <i>Importance Performance Map</i> Indikator pada Shopeefood.....	119

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 <i>Benchmarking</i> Gofood dan <i>Shopeefood</i>	143
---	-----

DAFTAR PERSAMAAN

Rumus (2. 1) Lemeshow	39
Rumus (2. 2) AVE	45
Rumus (2. 3) <i>Composite Reliability</i>	46
Rumus (2. 4) <i>f square</i>	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuisisioner Penelitian.....	A-1
Lampiran B Rekapitulasi Karakteristik Responden	B-1
Lampiran C Rekapitulasi Hasil Penelitian	C-1
Lampiran D Model Penelitian.....	D-1
Lampiran E Pengujian Menggunakan <i>Software</i> Smart-PLS.....	E-1
Lampiran F Poster Penyebaran Kuisisioner	F-1