

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan Burger King	1
1.1.2 Visi dan Misi Burger King.....	2
1.1.3 Burger King Indonesia Apps.....	2
1.2 Latar Belakang	3
1.3 Rumusan Masalah	13
1.4 Tujuan Penelitian.....	14
1.5 Manfaat Penelitian.....	15
1.5.1 Aspek Praktis	15
1.5.2 Aspek Teoritis	15
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Teori-Teori Terkait Penelitian Dan Penelitian Terdahulu.....	17
2.1.1 Pemasaran	17

2.1.2 Kualitas Layanan	17
2.1.3 E-SELFQUAL	18
2.1.4 Kualitas Makanan	19
2.1.5 Kepuasan Pelanggan	19
2.1.6 Niat Perilaku	20
2.2 Penelitian Terdahulu.....	21
2.3 Kerangka Pemikiran	31
2.4 Hipotesis Penelitian	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Jenis Penelitian	34
3.2 Operasional Variabel	35
3.2.1 Variabel.....	38
3.2.2 Skala Pengukuran	39
3.3 Tahapan Penelitian	40
3.4 Populasi dan Sampel.....	41
3.4.1 Populasi.....	41
3.4.2 Sampel	41
3.4.3 Teknik Sampling.....	43
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber data.....	43
3.5.1 Data Primer	43
3.5.2 Data Sekunder.....	43
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	44
3.6.1 Uji Validitas.....	44
3.6.2 Uji Reliabilitas	45
3.7 Teknik Analisis Data	46

3.7.1 Analisis Deskriptif	46
3.7.2 Structural Equation Model (SEM).....	48
3.7.3 Outer Model.....	49
3.7.4 Inner Model	50
3.7.5 Uji Hipotesis	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Karakteristik Responden	52
4.1.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
4.1.2 Karakteristik Berdasarkan Usia	54
4.1.3 Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir	55
4.1.4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	56
4.2 Hasil Penelitian.....	57
4.2.1 Analisis Deskriptif	57
4.2.2 Uji Outer Model.....	62
4.2.2.1 Validitas Konvergen (<i>Convergent Validity</i>).....	63
4.2.2.2 Validitas Diskriminan (<i>Discriminant Validity</i>).....	65
4.2.2.3 Uji Reliabilitas (<i>Composite Reliability</i>).....	67
4.2.3 Uji Inner Model	68
4.2.2.4 Uji R-Square.....	68
4.2.2.5 Uji Q Square.....	69
4.2.2.6 Uji Hipotesis (<i>Bootstrapping</i>).....	70
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	73
4.3.1 <i>Perceived control</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan <i>online food delivery</i> Burger King di Kota Bandung.....	73
4.3.2 <i>Convenience</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan	

pelanggan <i>online food delivery</i> Burger King di Kota Bandung.....	74
4.3.3 <i>Customer service</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan <i>online food delivery</i> Burger King di Kota Bandung.....	74
4.3.4 <i>Fulfillment</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan <i>online food delivery</i> Burger King di Kota Bandung.....	74
4.3.5 Kualitas Makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan <i>online food delivery</i> Burger King di Kota Bandung.....	75
4.3.6 Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku pelanggan <i>online food delivery</i> Burger King di Kota Bandung	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	77
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran	77
5.2.1 Bagi Perusahaan.....	77
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	78
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN.....	83