

## 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
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>34</b>
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
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>52</b>
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