

**ANALISIS PERBANDINGAN PERILAKU PENGGUNA
ONLINE FOOD DELIVERY (OFD) DENGAN MODEL UTAUT 3
(Studi Kasus : Pengguna GoFood dan ShopeeFood di Kota Palembang)**

SKRIPSI



CLARA AGUSTINA

1814008

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS KATOLIK MUSI CHARITAS
PALEMBANG
2023**

**ANALISIS PERBANDINGAN PERILAKU PENGGUNA
ONLINE FOOD DELIVERY (OFD) DENGAN MODEL UTAUT 3
(Studi Kasus : Pengguna GoFood dan ShopeeFood di Kota Palembang)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Gelar Kesarjanaan
Pada Jenjang Pendidikan Strata 1



CLARA AGUSTINA

1814008

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS KATOLIK MUSI CHARITAS
PALEMBANG
2023**



PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Clara Agustina
Nim : 1814008
Program Studi : Sistem Informasi
Judul : Analisis Perbandingan Perilaku Pengguna *Oline Food Delivery* (OFD) Dengan Model UTAUT 3 (Studi Kasus : Pengguna GoFood dan ShopeeFood di Kota Palembang)

Menyetujui Untuk Diajukan Pada
Ujian Skripsi Program Strata-1
Palembang, 14 Juli 2023

Mengetahui

Pembimbing Skripsi

Ketua Program Studi Sistem Informasi

Andri Wijaya, S.Kom., M.T.I

NIDN : 0209078401

Sri Andayani, S.Kom., M.Cs

NIDN : 0222077601

SKRIPSI

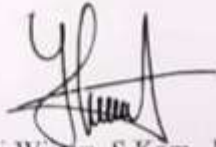
ANALISIS PERBANDINGAN PERILAKU PENGGUNA *ONLINE FOOD DELIVERY (OFD)* DENGAN MODEL UTAUT 3 (Studi Kasus : Pengguna GoFood dan ShopeeFood Di kota Palembang)

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Clara Agustina
1814008

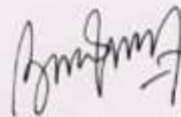
Telah dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Pada Tanggal, 14 Juli 2023

Pembimbing Skripsi



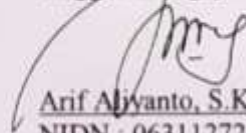
Andri Wijaya, S.Kom., M.Ti
NIDN : 0209078401

Ketua Penguji



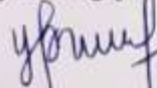
Maria Bellanir I, S.Kom., M.Eng
NIDN : 0229128901

Anggota Penguji I



Arif Aliyanto, S.Kom., M.Kom
NIDN : 0631127205

Anggota Penguji II



Sri Andayani, S.Kom., M.Cs
NIDN : 0222077601

Mengetahui,
Ketua Program Studi Sistem Informasi




Sri Andayani, S.Kom., M.Cs
NIDN : 0222077601

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

***”If wrong, Fix. If It Fails, Try Again. But, If You Give Up
Everything is Finished”***

Dipersembahkan Untuk :

- ♥ Tuhan Yesus, Bunda Maria, dan Santa Klara yang Terkasih
- ♥ Diri saya sendiri yang sudah mau berjuang sampai sejauh ini
- ♥ Dosen Pembimbing bapak Andri Wijaya,.S.Kom., M.T.I
- ♥ Kaprodi Sistem Informasi sekaligus dosen PA ibu Sri Andayani, S.Kom.,M.Cs
- ♥ Seluruh Dosen Sistem Informasi
- ♥ Bapak Albertus Fiani dan Ibu Lusia Linda Kusnawati yang tersayang
- ♥ Kedua kakakku tercinta kak Rokib dan kak Eva
- ♥ Keempat adikku yang tersayang Thomas,Pras,Abel dan Valen
- ♥ Keluarga Besarku yang tersayang
- ♥ Sahabat Ultrawomen kesayanganku; Tika, Faska, Julva, Devi, Marta, dan Nira yang sudah memberikan semangat dan dukungan kepada saya.
- ♥ Frt. Beni, Ko Owen, dan Authopile yang telah membeikan semangat untuk menyelesaikan penelitian ini.
- ♥ Teman-temanseperjuangan skripsikuFilipus Kurnia Angga dan Kadek Rosalina yang selalu memberikan dukungan sepenuh hati.
- ♥ Seluruh teman–teman angkatan 2018 terutama Sistem Informasi angkatan 2018 yang sudah saling memberikan dukungan selama masa perkuliahan.



PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Nama : Clara Agustina

Nim : 1814008

Judul : Analisis Perbandingan Perilaku Pengguna *Oline Food Delivery* (OFD) Dengan Model UTAUT 3 (Studi Kasus : Pengguna GoFood dan ShopeeFood di Kota Palembang)

“Saya menyatakan dan bertanggung jawab dengan sebenarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri kecuali cuplikan dan ringkasan yang masing-masing telah saya jelaskan sebenarnya. Jika pada waktu selanjutnya ada pihak lain yang mengklaim bahwa skripsi ini sebagai karyanya, disertai dengan bukti-bukti yang cukup, maka saya bersedia untuk dibatalkan gelar Sarjana Komputer saya beserta segala hak dan kewajiban yang melekat pada gelar tersebut”

Palembang, 14 Juli 2023



Clara Agustina

1814008



PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai sivitas akademik Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Katolik Misi Charitas, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Clara Agustina
Nim : 181448
Program Studi : Sistem Informasi
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Katolik Misi Charitas, Hak bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah/skripsi saya yang berjudul :

“Analisis Perbandingan Perilaku Pengguna Online Food Delivery (OFD) Dengan Model UTAUT 3 (Studi Kasus : Pengguna GoFood dan ShopeeFood di Kota Palembang)” beserta perangkat lunak yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini, Universitas Katolik Misi Charitas, berhak menyimpan, mengalih media/formalkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Palembang
Pada Tanggal: 14 Juli 2023



Clara Agustina
1814008

ABSTRAK

ANALISIS PERBANDINGAN PERILAKU PENGGUNA OLINE FOOD DELIVERY (OFD) DENGAN MODEL UTAUT 3 (Studi Kasus : Pengguna GoFood dan ShopeeFood di Kota Palembang)

Pada penelitian ini akan melakukan kajian tentang *Online Food Delivery* atau OFD yang digunakan untuk layanan pesan antar makanan *online*. Objek yang akan diteliti terdapat dua yaitu GoFood dan ShopeeFood untuk menganalisis perbandingan antara perilaku pengguna saat menggunakan kedua OFD tersebut dengan menggunakan model penelitian *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 3* (UTAUT 3) dengan menggunakan variabel Harapan Kinerja (*Performance Expectancy*), Harapan Usaha (*Effort Expectancy*), Pengaruh Sosial (*Social Influence*), Kondisi yang Memfasilitasi (*Facilitating Conditions*), Kebiasaan (*Habit*), Motivasi Hedonis (*Hedonic Motivation*), Nilai Harga (*Price Value*), dan Inovasi Pribadi (*Personal Innovativeness*) terhadap variabel dependen *Use Behavior* dan variabel *intervening Behavioural Intention*. Teknik sampling yang digunakan adalah *simple random sampling* untuk responden pada penelitian ini berjumlah 100 orang yang menggunakan kedua *Online Food Delivery* (OFD) tersebut, untuk menganalisis data menggunakan analisis regresi berganda. Hasil pengujian membuktikan bahwa model UTAUT 3 dapat digunakan untuk menganalisis perbandingan perilaku pengguna OFD GoFood dan ShopeeFood, dan setelah dilakukan pengujian lanjutan dengan statistika deskriptif dengan membandingkan skor jawaban per-responden didapatkan hasil bahwa terdapat perbedaan perilaku pengguna *Online Food Delivery* (OFD) ketika menggunakan GoFood dan ShopeeFood dimana responden lebih dominan memilih GoFood dari pada ShopeeFood.

Kata Kunci : *Online Food Delivery* (OFD), GoFood, ShopeeFood, UTAUT 3

ABSTRACT

COMPARATIVE ANALYSIS OF ONLINE FOOD DELIVERY (OFD) USER BEHAVIOR WITH THE UTAUT MODEL 3 (Case Study: GoFood and ShopeeFood users in Palembang city)

This research will conduct a study of Online Food Delivery or OFD which is used for online food delivery services. There are two objects to be studied, namely GoFood and ShopeeFood to analyze comparisons between user behavior when using the two OFD using the Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 3 (UTAUT 3) research model using the variables Performance Expectancy, Business Expectations (Effort Expectancy), Social Influence, Facilitating Conditions, Habits, Hedonic Motivation, Price Value, and Personal Innovativeness to the dependent variable Use Behavior and Behavioral Intention intervening variables. The sampling technique used was simple random sampling for the respondents in this study totaling 100 people who used both Online Food Delivery (OFD), to analyze the data using multiple regression analysis. The test results prove that the UTAUT 3 model can be used to analyze the comparison of the behavior of OFD GoFood and ShopeeFood users, and after further testing with descriptive statistics by comparing the scores of answers per respondent, the result shows that there are differences in the behavior of Online Food Delivery (OFD) users when using GoFood. and ShopeeFood where respondents are more dominant in choosing GoFood than ShopeeFood.

Keywords: Online Food Delivery (OFD), GoFood, ShopeeFood, UTAUT 3

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa berkat rahmat dan karunia yang telah diberikanNya, penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi yang berjudul “Analisis Perbandingan Perilaku Pengguna *Online Food Delivery*(OFD) Menggunakan Model UTAUT 3 (Studi Kasus : Pengguna GoFood dan ShopeeFood di kota Palembang)”

Dalam Penyusunan laporan skripsi ini penulis sudah melakukan usaha yang maksimal untuk membuat laporan ini dengan baik. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan dan pembuatan laporan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu penulis mengharapkan dan menerima kritik dan saran untuk membangun dan menyempurnakan laporan skripsi ini.

Penyusunan laporan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu diperkenankanlah penulis menghaturkan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan, dorongan, semangat dan fasilitas selama proses penulisan laporan tugas akhir ini, khususnya kepada:

1. Universitas Katolik Musi Charitas (UKMC) Palembang
2. Ibu Sri Andayani S.Kom., MCs selaku ketua program studi
3. Bapak Andri Wijaya, S.Kom., M.T.I., selaku dosen pembimbing
4. Seluruh dosen program studi sistem informasi UKMC
5. Kedua orang tua saya, kakak, mbak dan adik-adik saya
6. Teman-Teman prodi Sistem Informasi Angkatan 2018

Dengan segala kekurangannya, semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi para pembaca dan pihak-pihak khususnya jurusan sistem informasi.

Palembang, 14 Juli 2023

Clara Agustina

DAFTAR ISI

JUDUL SKRIPSI	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
1.4.1 Tujuan Penelitian	4
1.4.2 Manfaat Penelitian	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Studi Pustaka	7
2.1.1 Analisis	7
2.1.2 Online Food Delivery (OFD).....	7
2.1.3 GoFood	7
2.1.4 Shopee-Food	8
2.1.5 Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 3 (UTAUT 3)	9
2.1.6 Populasi Dan Sampel.....	12

2.1.7 Teknik Sampling.....	12
2.1.8 Analisis Regresi Linear Berganda	12
2.1.9 SPSS.....	16
2.2 Studi Literatur	16
2.2.1 Academicians' Acceptance of Online Learning Environments: A Review of Information System Theories and Models.....	16
2.2.2 Analisis Perilaku Adopsi Teknologi Mobile Wallet Menggunakan Model Unified Theory of Acceptance And Use of Technology 3 (UTAUT3) Pengguna OVO pada Generasi Milenial di Indonesia	17
2.2.3 Adopsi Model UTAUT 3 Pada Nasabah Pengguna <i>Mobile Banking</i> Perbankan Syariah Indonesia di Masa Pandemi <i>Covid-19</i> (Studi Pada Nasabah Bank Syariah di Jawa Barat) ..	18
2.2.4 <i>Factors Influencing the Adoption of E-Learning by University Students in Sri Lanka: Application of UTAUT-3 Model during Covid-19 Pandemic</i>	18
2.2.5 <i>Investigating The Intentions To Adopt E-Learning Using UTAUT-3 Model: A Perspective Of COVID-19</i>	19
2.2.6 Penerapan Model UTAUT-3 Dalam Menganalisis Adopsi Teknologi <i>E-Learning</i> Pada Mahasiswa di UIN Sunan Ampel Surabaya.....	20
2.3 Hipotesis Penelitian.....	27

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Kerangka Penelitian	29
3.2 Jenis Penelitian	30
3.3 Model Penelitian	31
3.4 Waktu dan Tempat Penelitian	31
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian	31
3.6 Variabel Dalam Penelitian.....	33
3.7 Teknik Pengumpulan Data	33
3.8 Alat Pengolah Data.....	37

3.9 Teknik Analisis Data	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Analisis Data	38
4.1.1 Analisis Karakter Responden	38
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas GoFood	42
4.2.1 Uji Validitas	42
4.2.1.1 Uji Validitas Variabel <i>Perfomance Expectancy</i>	43
4.2.1.2 Uji Validitas Variabel <i>EffortExpentancy</i>	43
4.2.1.3 Uji Validitas Variabel <i>Social Influence</i>	44
4.2.1.4 Uji Validitas Variabel <i>Facilitating Conditions</i>	44
4.2.1.5 Uji Validitas Variabel <i>Hedonic Motivation</i>	45
4.2.1.6 Uji Validitas Variabel <i>Price Value</i>	45
4.2.1.7 Uji Validitas Variabel <i>Habit</i>	46
4.2.1.8 Uji Validitas Variabel <i>Personal Innovativeness</i>	46
4.2.1.9 Uji Validitas Variabel <i>Behavioral Intention</i>	47
4.2.1.10 Uji Validitas Variabel <i>Use Behavior</i>	47
4.2.2 Uji Reliabilitas	48
4.2.2.1 Uji Reliabilitas <i>Perfomance Expectancy</i>	48
4.2.2.2 Uji Reliabilitas <i>EffortExpentancy</i>	48
4.2.2.3 Uji Reliabilitas <i>Social Influence</i>	48
4.2.2.4 Uji Reliabilitas <i>Facilitating Conditions</i>	49
4.2.2.5 Uji Reliabilitas <i>Hedonic Motivation</i>	49
4.2.2.6 Uji Reliabilitas <i>Price Value</i>	49
4.2.2.7 Uji Reliabilitas <i>Habit</i>	50
4.2.2.8 Uji Reliabilitas <i>Personal Innovativeness</i>	50
4.2.2.9 Uji Reliabilitas <i>Behavioral Intention</i>	50
4.2.2.10 Uji Reliabilitas <i>Use Behavior</i>	51
4.3 Uji Normalitas dan Uji Linearitas	51
4.3.1 Uji Normalitas.....	51
4.3.2 Uji Linearitas Terhadap Y1	52
4.3.3 Uji Linearitas Terhadap Y2.....	53

4.4 Uji Asumsi Klasik	55
4.4.1 Uji Multikolinearitas Terhadap Y1	55
4.4.2 Uji Multikolinearitas Terhadap Y2	56
4.4.3 Uji Heterokedastisitas Terhadap Y1	57
4.4.4 Uji Heterokedastisitas Terhadap Y2	58
4.4.5 Uji Autokorelasi Terhadap Y1	58
4.4.6 Uji Autokorelasi Terhadap Y2	59
4.5 Pengujian Regresi Linier Berganda GoFood.....	59
4.6 Uji T GoFood	61
4.6.1 Variabel <i>Performance Expentancy</i> Terhadap <i>Behavioural Intention</i>	61
4.6.2 Variabel <i>EffortExpentancy</i> Terhadap <i>Behavioural Intention</i>	62
4.6.3 Variabel <i>Social Influence</i> Terhadap <i>Behavioural Intention</i>	62
4.6.4 Variabel <i>Facilitating Conditions</i> Terhadap <i>Behavioural Intention</i>	63
4.6.5 Variabel <i>Hedonic Motivation</i> Terhadap <i>Behavioural Intention</i>	63
4.6.6 Variabel <i>Price Value</i> Terhadap <i>Behavioural Intention</i>	64
4.6.7 Variabel <i>Habit</i> Terhadap <i>Behavioural Intention</i>	64
4.6.8 Variabel <i>Personal Innovativeness</i> Terhadap <i>Behavioural Intention</i>	64
4.6.9 Variabel <i>Facilitating Conditions</i> Terhadap <i>Use Behavior</i>	65
4.6.10 Variabel <i>Habit</i> Terhadap <i>Use Behavior</i>	65
4.6.11 Variabel <i>Personal Innovativeness</i> Terhadap <i>Use Behavior</i>	66
4.6.12 Variabel <i>Behavioural Intention</i> Terhadap <i>Use Behavior</i>	66
4.7 Uji Validitas dan Reliabilitas ShopeeFood	66
4.7.1 Uji Validitas	66
4.7.1.1 Uji Validitas Variabel <i>Perfomance Expectancy</i>	67
4.7.1.2 Uji Validitas Variabel <i>EffortExpentancy</i>	67
4.7.1.3 Uji Validitas Variabel <i>Social Influence</i>	68
4.7.1.4 Uji Validitas Variabel <i>Facilitating Conditions</i>	68

4.7.1.5 Uji Validitas Variabel <i>Hedonic Motivation</i>	69
4.7.1.6 Uji Validitas Variabel <i>Price Value</i>	69
4.7.1.7 Uji Validitas Variabel <i>Habit</i>	70
4.7.1.8 Uji Validitas Variabel <i>Personal Innovativeness</i>	70
4.7.1.9 Uji Validitas Variabel <i>Behavioral Intention</i>	71
4.7.1.10 Uji Validitas Variabel <i>Use Behavior</i>	71
4.7.2 Uji Reliabilitas	72
4.7.2.1 Uji Reliabilitas <i>Performance Expectancy</i>	72
4.7.2.2 Uji Reliabilitas <i>Effort Expentancy</i>	72
4.7.2.3 Uji Reliabilitas <i>Social Influence</i>	72
4.7.2.4 Uji Reliabilitas <i>Facilitating Conditions</i>	73
4.7.2.5 Uji Reliabilitas <i>Hedonic Motivation</i>	73
4.7.2.6 Uji Reliabilitas <i>Price Value</i>	73
4.7.2.7 Uji Reliabilitas <i>Habit</i>	74
4.7.2.8 Uji Reliabilitas <i>Personal Innovativeness</i>	74
4.7.2.9 Uji Reliabilitas <i>Behavioral Intention</i>	74
4.7.2.10 Uji Reliabilitas <i>Use Behavior</i>	75
4.8 Uji Normalitas dan Uji Linearitas	75
4.8.1 Uji Normalitas	75
4.8.2 Uji Linearitas Terhadap Y1	76
4.8.3 Uji Linearitas Terhadap Y2.....	77
4.9 Uji Asumsi Klasik	79
4.9.1 Uji Multikolinearitas Terhadap Y1	79
4.9.2 Uji Multikolinearitas Terhadap Y2	80
4.9.3 Uji Heterokedastisitas Terhadap Y1	80
4.9.4 Uji Heterokedastisitas Terhadap Y2	81
4.9.5 Uji Autokorelasi Terhadap Y1	82
4.9.6 Uji Autokorelasi Terhadap Y2	83
4.10 Pengujian Regresi Linier Berganda ShopeeFood	84
4.11 Uji T ShopeeFood	85

4.11.1 Variabel <i>Performance Expentancy</i> Terhadap <i>Behavioural Intention</i>	86
4.11.2 Variabel <i>EffortExpentancy</i> Terhadap <i>Behavioural Intention</i> ..	86
4.11.3 Variabel <i>Social Influence</i> Terhadap <i>Behavioural Intention</i>	87
4.11.4 Variabel <i>Facilitating Conditions</i> Terhadap <i>Behavioural Intention</i>	87
4.11.5 Variabel <i>Hedonic Motivation</i> Terhadap <i>Behavioural Intention</i>	88
4.11.6 Variabel <i>Price Value</i> Terhadap <i>Behavioural Intention</i>	88
4.11.7 Variabel <i>Habit</i> Terhadap <i>Behavioural Intention</i>	89
4.11.8 Variabel <i>Personal Innovativeness</i> Terhadap <i>Behavioural Intention</i>	89
4.11.9 Variabel <i>Facilitating Conditions</i> Terhadap <i>Use Behavior</i>	90
4.11.10 Variabel <i>Habit</i> Terhadap <i>Use Behavior</i>	90
4.11.11 Variabel <i>Personal Innovativeness</i> Terhadap <i>Use Behavior</i> ..	91
4.11.12 Variabel <i>Behavioural Intention</i> Terhadap <i>Use Behavior</i>	91
4.12 Analisis Statistik Deskriptif.....	95
4.13 Pembahasan.....	111
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	113
5.2 Saran	113

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Logo GoFood	8
Gambar 2. 2 Logo <i>ShopeeFood</i>	8
Gambar 2. 3 UTAUT 3 (Sumber : Farooq, 2017).....	9
Gambar 2. 4 Hipotesis Penelitian (Sumber : Farooq,2017)	27
Gambar 3. 1 Kerangka Penelitian	29
Gambar 3. 2 Jumlah Penduduk kota Palembang 2021.....	31
Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	40
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Aplikasi	42
Gambar 4. 5 Hasil Uji Heterokedastisitas Terhadap Y1	57
Gambar 4. 6 Hasil Uji Heterokedastisitas Terhadap Y2.....	58
Gambar 4. 7 Hasil Uji Heterokedastisitas Terhadap Y1	81
Gambar 4. 8 Hasil Uj Heterokedastisitas Terhadap Y2.....	82

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Durbin Watson	15
Tabel 2. 2 Perbandingan Studi Literatur	21
Tabel 3. 1 Skala Likert	34
Tabel 3. 2 Kuesioner Penelitian GoFood dan ShopeeFood	35
Tabel 4. 1 Karakteristik Identitas Responden	38
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan	41
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Perfomance Expectancy</i>	43
Tabel 4. 7 Perbandingan r Hitung dan r Tabel	43
Tabel 4. 8 Hasil Uji Variabel <i>Effort Expentancy</i>	43
Tabel 4. 9 Perbandingan r Hitung dan r Tabel	43
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Social Influence</i>	44
Tabel 4. 11 Perbandingan r Hitung dan r Tabel	44
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Facilitating Conditions</i>	44
Tabel 4. 13 Perbandingan r Hitung dan r Tabel	44
Tabel 4. 14 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Hedonic Motivation</i>	45
Tabel 4. 15 Perbandingan r Hitung dan r Tabel	45
Tabel 4. 16 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Price Value</i>	45
Tabel 4. 17 Perbandingan r Hitung dan r Tabel	45
Tabel 4. 18 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Habit</i>	46
Tabel 4. 19 Perbandingan r Hitung dan r Tabel	46
Tabel 4. 20 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Personal Innovativeness</i>	46
Tabel 4. 21 Perbandingan r Hitung dan r Tabel	46
Tabel 4. 22 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Behavioral Intention</i>	47
Tabel 4. 23 Perbandingan r Hitung dan r Tabel	47

Tabel 4. 24 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Use Behavior</i>	47
Tabel 4. 25 Perbandingan r Hitung dan r Tabel	47
Tabel 4. 26 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Perfomance Expectancy</i>	48
Tabel 4. 27 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Effort Expentancy</i>	48
Tabel 4. 28 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Social Influence</i>	48
Tabel 4. 29 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Facilitating Conditions</i>	49
Tabel 4. 30 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Hedonic Motivation</i>	49
Tabel 4. 31 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Price Value</i>	49
Tabel 4. 32 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Habit</i>	50
Tabel 4. 33 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Personal Innovativeness</i>	50
Tabel 4. 34 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Behavioral Intention</i>	50
Tabel 4. 35 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Use Behavior</i>	51
Tabel 4. 36 Hasil Uji Normalitas	51
Tabel 4. 37 Hasil Linearitas Uji R2 <i>Old</i> Terhadap Y1	52
Tabel 4. 38 Hasil Linearitas Uji R2 <i>New</i> Terhadap Y1	52
Tabel 4. 39 Hasil Linearitas Uji R2 <i>Old</i> Terhadap Y2	54
Tabel 4. 40 Hasil Linearitas Uji R2 <i>New</i> Terhadap Y2	54
Tabel 4. 41 Hasil Uji Multikolinearitas Terhadap Y1	56
Tabel 4. 42 Hasil Uji Multikolinearitas Terhadap Y2	56
Tabel 4. 43 Hasil Uji Autokorelasi Terhadap Y1	59
Tabel 4. 44 Hasil Uji Autokorelasi Terhadap Y2	59
Tabel 4. 45 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Terhadap Y1	60
Tabel 4. 46 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Terhadap Y2	61
Tabel 4. 47 Hasil Uji T <i>Performance Expentancy</i> Terhadap <i>Behavioural Intention</i>	61
Tabel 4. 48 Hasil Uji T <i>Effort Expentancy</i> Terhadap <i>Behavioural Intention</i>	62
Tabel 4. 49 Hasil Uji T <i>Social Influence</i> Terhadap <i>Behavioural Intention</i>	62
Tabel 4. 50 Hasil Uji T <i>Facilitating Conditions</i> Terhadap <i>Behavioural Intention</i>	63
Tabel 4. 51 Hasil Uji T <i>Hedonic Motivation</i> Terhadap <i>Behavioural Intention</i>	63
Tabel 4. 52 Hasil Uji T <i>Price Value</i> Terhadap <i>Behavioural Intention</i>	64

Tabel 4. 53 Hasil Uji T <i>Habit</i> Terhadap <i>Behavioural Intention</i>	64
Tabel 4. 54 Hasil Uji T <i>Personal Innovativeness</i> Terhadap <i>Behavioural Intention</i>	64
Tabel 4. 55 Hasil Uji T <i>Facilitating Conditions</i> Terhadap <i>Use Behavior</i>	65
Tabel 4. 56 Hasil Uji T <i>Habit</i> Terhadap <i>Use Behavior</i>	65
Tabel 4. 57 Hasil Uji T <i>Personal Innovativeness</i> Terhadap <i>Use Behavior</i>	66
Tabel 4. 58 Hasil Uji T <i>Behavioural Intention</i> Terhadap <i>Use Behavior</i>	66
Tabel 4. 59 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Performance Expentancy</i>	67
Tabel 4. 60 Perbandingan r Hitung dan r Tabel	67
Tabel 4. 61 Hasil Uji Validasi Variabel <i>Effort Expentancy</i>	67
Tabel 4. 62 Perbandingan Tabel r Hitung dan r Tabel.....	67
Tabel 4. 63 Hasil Uji Validitas <i>Social Influence</i>	68
Tabel 4. 64 Perbandingan r Hitung dan r Tabel	68
Tabel 4. 65 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Facilitating Conditions</i>	68
Tabel 4. 66 Perbandngan r Hitung dan r Tabel	68
Tabel 4. 67 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Hedonic Motivation</i>	69
Tabel 4. 68 Perbandingan r Hitung dan r Tabel	69
Tabel 4. 69 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Price Value</i>	69
Tabel 4. 70 Perbandingan r Hitung dan r Tabel	69
Tabel 4. 71 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Habit</i>	70
Tabel 4. 72 Perbandingan r Hitung dan r Tabel	70
Tabel 4. 73 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Personal Innovativeness</i>	70
Tabel 4. 74 Perbandingan r Hitung dan r Tabel	70
Tabel 4. 75 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Behavioural Intention</i>	71
Tabel 4. 76 Perbandingan r Hitung dan r Tabel	71
Tabel 4. 77 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Use Behavior</i>	71
Tabel 4. 78 Perbandingan r Hitung dan r Tabel	71
Tabel 4. 79 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Performance Expentancy</i>	72
Tabel 4. 80 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Effort Expentancy</i>	72
Tabel 4. 81 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Social Influence</i>	72
Tabel 4. 82 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Facilitating Conditions</i>	73

Tabel 4. 83 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Hedonic Motivaton</i>	73
Tabel 4. 84 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Price Value</i>	73
Tabel 4. 85 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Habit</i>	74
Tabel 4. 86 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Personal Innovativeness</i>	74
Tabel 4. 87 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Behavioural Intention</i>	74
Tabel 4. 88 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Use Behavior</i>	75
Tabel 4. 89 Hasil Uji Normalitas	75
Tabel 4. 90 Hasil Uji Linearitas R2 <i>Old</i> Terhadap Y1	76
Tabel 4. 91 Hasil Uji Linearitas R2 <i>New</i> Terhadap Y1	76
Tabel 4. 92 Perbandingan Hasil Hipotesis <i>GoFood</i> dan <i>ShopeeFood</i>	92
Tabel 4. 93 Perbandingan Skor Jawaban Responden 2.....	96
Tabel 4. 94 Perbandingan Skor Jawaban Responden 3.....	96
Tabel 4. 95 Perbandingan Skor Jawaban Responden 4.....	97
Tabel 4. 96 Perbandingan Skor Jawaban Responden 5.....	97
Tabel 4. 97 Perbandingan Skor Jawaban Responden 6.....	98
Tabel 4. 98 Perbandingan Skor Jawaban Responden 7.....	98
Tabel 4. 99 Perbandingan Skor Jawaban Responden 8.....	99
Tabel 4. 100 Perbandingan Skor Jawaban Responden 9.....	99
Tabel 4. 101 Perbandingan Skor Jawaban Responden 10.....	100
Tabel 4. 102 Perbandingan Skor Jawaban Responden 11.....	100
Tabel 4. 103 Perbandingan Skor Jawaban Responden 12.....	101
Tabel 4. 104 Perbandingan Skor Jawaban Responden 13.....	101
Tabel 4. 105 Perbandingan Skor Jawaban Responden 14.....	102
Tabel 4. 106 Perbandingan Skor Jawaban Responden 15.....	102
Tabel 4. 107 Perbandingan Skor Jawaban Responden 16.....	103
Tabel 4. 108 Perbandingan Skor Jawaban Responden 17.....	103
Tabel 4. 109 Perbandingan Skor Jawaban Responden 18.....	104
Tabel 4. 110 Perbandingan Skor Jawaban Responden 20.....	104
Tabel 4. 111 Perbandingan Skor Jawaban Responden 21.....	105
Tabel 4. 112 Perbandingan Skor Jawaban Responden 22.....	105
Tabel 4. 113 Perbandingan Skor Jawaban Responden 23.....	106

Tabel 4. 114 Perbandingan Skor Jawaban Responden 24.....	106
Tabel 4. 115 Perbandingan Skor Jawaban Responden 25.....	107
Tabel 4. 116 Perbandingan Skor Jawaban Responden 26.....	107
Tabel 4. 117 Perbandingan Skor Jawaban Responden 27.....	108
Tabel 4. 118 Perbandingan Skor Jawaban Responden 28.....	108
Tabel 4. 119 Perbandingan Skor Jawaban Responden 29.....	109
Tabel 4. 120 Perbandingan Skor Jawaban Responden 30.....	109
Tabel 4. 121 Perbandingan Skor Jawaban Responden 31.....	110
Tabel 4. 122 Perbandingan Skor Jawaban Responden 32.....	110
Tabel 4. 123 Pembahasan GoFood.....	111
Tabel 4. 124 Pembahasan ShopeeFood.....	112

BAB I

PENDAHULUAN

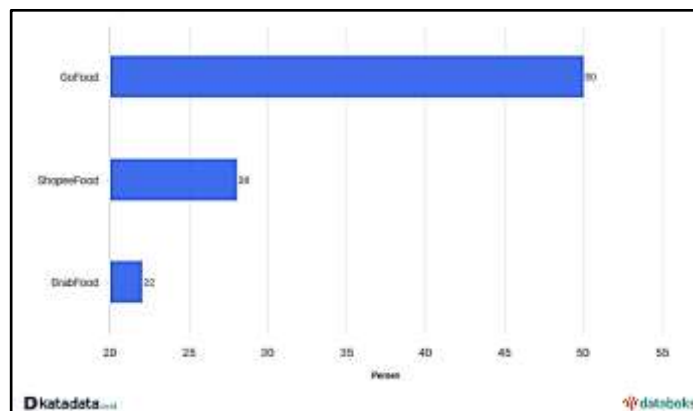
1.1 Latar Belakang

Seiring berkembangnya zaman, perkembangan teknologi dan internet dari tahun ke tahun semakin berkembang pesat. Dengan adanya perkembangan teknologi ini semua aspek dalam kehidupan menjadi lebih mudah dan cepat. Pada saat ini teknologi berada di posisi yang sangat tinggi dalam mendukung segala aktivitas manusia, terutama dalam aspek akan barang dan jasa. Dengan adanya perkembangan teknologi informasi tersebut membuat manusia menjadi berperilaku konsumtif dan menginginkan segalanya menjadi serba mudah dan praktis. Oleh sebab itu, perusahaan-perusahaan mulai saling berlomba-lomba berinovasi untuk memberikan kemudahan dalam mendukung kebutuhan masyarakat. Salah satu inovasi teknologi dalam meningkatkan persaingan bisnis adalah jasa pesan antar makanan *online*.

Jasa layanan pesan antar makanan *online* atau yang biasa disebut *Online Food Delivery* (OFD). Berdasarkan *website* databoks OFD GoFood dan ShopeeFood menempati urutan 2 teratas yang paling *top of mind* oleh pengguna di Indonesia. GoFood berhasil menjadi *platform* OFD No.1 paling banyak diunduh dengan persentase sebesar 76%. Pengguna menilai GoFood paling banyak menawarkan menu yang beragam, kenyamanan dan keamanan dalam bertransaksi, sedangkan ShopeeFood berada di posisi kedua sebagai *top of mind*. ShopeeFood dianggap pengguna sebagai *platform* yang paling banyak menawarkan promo (<https://www.databoks.katadata.co.id> diakses pada 01 November 2022).

Badan riset Tenggara *Strategics* melakukan riset yang bertujuan untuk melihat layanan pesan antar makanan atau *Online Food Delivery* (OFD) yang paling *Top Of Mind*/pertama kali diingat di Indonesia. Survei dilakukan dengan cara wawancara dengan responden sebanyak 1.200

responden di enam kota, wawancara tersebut dilakukan pada 10-14 Januari 2022. Hasil survey menunjukkan GoFood menjadi layanan OFD (*Online Food Delivery*) yang menjadi *Top Of Mind*. Tercatat, sebanyak 50% responden memilih *platform* layanan pesan antar makanan GoFood. Tidak hanya itu GoFood juga menjadi *platform* layanan *online food delivery* (OFD) paling banyak diunduh oleh konsumen dengan persentase 76%. Nilai transaksi GoFood juga menjadi yang paling tinggi, yakni Rp30,65 triliun. Sementara itu ShopeeFood berada di peringkat kedua. Sebanyak 28% menjadikan ShopeeFood sebagai *Top Of Mind*. ShopeeFood dianggap konsumen *platform* yang paling banyak menawarkan promo. Sedangkan GrabFood kurang populer dibandingkan dengan GoFood dan ShopeeFood. Tercatat hanya sebanyak 22% responden yang menjadikan GrabFood sebagai *Top Of Mind Platform* OFD. (databoks.katadata.co.id diakses pada 01 November 2022). Berikut tampilan persentase *Online Food Delivery* (OFD) paling *Top Of Mind* pada Gambar 1.



Gambar 1. 1 Persentase Online Food Delivery (OFD) paling Top Of Mind
(Sumber : Databoks.katadata.co.id)

Meskipun hasil riset telah menyatakan OFD GoFood dan ShopeeFood sebagai dua OFD teratas yang paling diminati oleh pengguna Indonesia karena OFD tersebut paling banyak menawarkan menu yang beragam, penawaran promo paling banyak, kenyamanan dan keamanan dalam bertransaksi tidak sedikit pengguna OFD ini yang merasa tidak cocok saat menggunakan salah satu OFD ini. Dikarenakan penelitian ini dilakukan

di kota Palembang, maka peneliti menyebar kuesioner awal untuk mendapatkan data mengenai pengalaman responden yang berkaitan dengan perilaku pengguna OFD GoFood dan ShopeeFood di kota Palembang. Pengalaman-pengalaman yang dirasakan responden berdasarkan hasil penyebaran kuesioner melalui google form (<https://forms.gle/5rdSeXhP6XCLKVuQ8>) kepada pengguna OFD GoFood dan ShopeeFood di kota Palembang sebelum menggunakan OFD ialah kesusahan saat ingin memesan makanan karena harus datang ke resto langsung, harus mengantri, tidak efisien, jarak resto yang jauh, pembayaran yang ribet, tidak bisa tau apakah resto buka atau tutup, lalu yang dirasakan responden setelah mengenal OFD adalah mereka merasa terbantu karena lebih praktis, tidak perlu mengantri, lebih efektif dan efisien, transaksi yang mudah.

Dengan hadirnya OFD GoFood dan ShopeeFood bukan berarti masalah pengguna langsung terselesaikan. Kecocokan terhadap satu OFD dapat membuat pengguna menjadi tidak tertarik untuk melihat OFD yang lain walaupun terdapat fasilitas yang lebih mudah, menarik dan harga yang lebih murah hal ini idealnya karena konsumen tertarik dengan satu aplikasi OFD karena sudah memiliki pengetahuan dan kenyamanan akan aplikasi OFD tersebut.

Melihat hasil survey dari GoFood dan ShopeeFood serta masalah yang ada di atas maka akan dilakukan penelitian dengan judul perbandingan perilaku pengguna OFD (*Online Food Delivery*) GoFood dan ShopeeFood. Untuk mengukur perilaku pengguna peneliti menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 3* (UTAUT 3). UTAUT adalah model penerimaan teknologi yang diusulkan oleh Viswanath Venkatesh, *et al.* pada tahun 2003 dan UTAUT 3 dimodifikasi dimana *personal innovativeness* ditambahkan sebagai konstruk baru (Farooq *et al.*, 2017). Alasan memilih UTAUT 3 sebagai model dalam penelitian ini adalah pemanfaatan dan penerimaan teknologi informasi di UTAUT 3 didukung oleh ke 8 konstruk yang tampak menjadi determinan yang signifikan

terhadap minat pengguna (*behavioral intention*) dan perilaku pengguna (*use intention*). Konstruk-konstruk tersebut yaitu: Harapan Kinerja (*Performance Expectancy*), Harapan Usaha (*Effort Expectancy*), Pengaruh Sosial (*Social Influence*), Kondisi yang Memfasilitasi (*Facilitating Conditions*), Kebiasaan (*Habit*), Motivasi Hedonis (*Hedonic Motivation*), Nilai Harga (*Price Value*), dan Inovasi Pribadi (*Personal Innovativeness*). Penelitian ini diharapkan mampu menganalisis perbandingan perilaku pengguna *online food delivery* GoFood dan ShopeeFood dengan menggunakan variabel-variabel yang ada pada UTAUT 3.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka dibuatlah rumusan masalah yaitu “bagaimana menganalisis perbandingan perilaku pengguna *online food delivery* gofood dan shopeefood di kota Palembang dengan menggunakan model UTAUT 3”?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka batasan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini hanya dilakukan di kota Palembang
2. Penelitian ini hanya berfokus pada pengguna gofood dan shopeefood
3. Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah UTAUT 3

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana menganalisis perbandingan perilaku pengguna *online food delivery* gofood dan shopeefood dengan model UTAUT 3.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini dapat menjadi acuan untuk terus menggunakan *online food delivery* khususnya bagi pengguna OFD gofood dan shopeefood.
2. Penelitian yang dibuat dapat menjadi salah satu referensi penelitian bagi peneliti lain yang akan meneliti tentang perbandingan perilaku *online food delivery*.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini di tulis dalam 5 bab dengan urutan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan menjelaskan tentang latar belakang yang mendasari munculnya masalah penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini membahas tentang teori-teori yang melandasi penelitian dan menjadi dasar acuan teori yang relevan untuk menganalisis penelitian, serta penelitian sebelumnya.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini membahas tentang jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi penelitian, sampel penelitian, variabel dalam penelitian, teknik pengumpulan data, alat ukur data, metode analisis data yang digunakan untuk menganalisis sampel.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan menjelaskan hasil dari penelitian yang dilakukan, yang terdiri dari deskriptif objek penelitian dan analisis data, beserta pembahasannya.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan membahas mengenai kesimpulan dan saran yang diperoleh dari penelitian yang telah dilakukan agar bermanfaat di masa yang akan datang serta sebagai penutup keseluruhan penelitian ini

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Studi Pustaka

2.1.1 Analisis

Analisis adalah kegiatan yang bukan hanya sekedar penelusuran atau penyelidikan, tetapi suatu kegiatan yang terencana dan dilakukan secara sungguh-sungguh dengan menggunakan pemikiran yang kritis untuk memperoleh kesimpulan dari apa yang ditaksir (Herlianti, 2022).

Melalui penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa analisis merupakan tindakan ketika mengamati sesuatu secara mendetail dengan cara menguraikan hubungan antara bagian yang berkaitan atau menyusun bagian tersebut sehingga dapat menemukan hasil ataupun kesimpulan.

2.1.2 *Online Food Delivery (OFD)*

Layanan *Online Food Delivery* merupakan sebuah sarana yang menghubungkan konsumen dengan usaha kuliner secara daring yang menghubungkan restoran dengan konsumen. *Platform* ini menyediakan dan menampilkan restoran di kawasan tertentu sesuai lokasi konsumen. Konsumen dapat langsung melihat menu, memesan, hingga melakukan pembayaran melalui aplikasi digital (Setiawan, *et al.*, 2018).

2.1.3 GoFood

Gofood merupakan fitur layanan *food delivery* layaknya *delivery order* di sebuah kuliner. Dengan memakai sebuah *smartphone* dan menjalankan fitur *GoFood* di dalam aplikasi Gojek, pembeli bisa memesan makanan dari restoran yang menjalin kerja sama dengan Gojek. Makanan akan dipesan dan diantar langsung oleh Gojek. Hal ini sangat

memudahkan para konsumen untuk memesan makanan dari restoran tersebut.



Gambar 2. 1 Logo GoFood
(Sumber :<https://www.gojek.com/gofood/>)

Gofood adalah layanan pesan antar makanan terbesar di dunia di luar Cina dan bekerja sama dengan 125,000 *merchant* di berbagai kota di Indonesia. Terdapat lebih dari 125,000 restoran telah menjadi GoFood partner dan resmi bekerja sama dengan GoFood. (<https://www.gojek.com/gofood/partnercenter/faq/gofood/-about-gofood/>, diakses pada 03 November 2022).

2.1.4 ShopeeFood

Sejak tahun 2021, Shopee Indonesia sebagai *e-commerce* terbesar di Asia Tenggara memperluas layanannya melalui *ShopeeFood*. *ShopeeFood* merupakan layanan pesan antar makanan yang dapat kita gunakan melalui aplikasi *Shopee*. Dengan ratusan ribu pilihan *merchant* terdekat dengan menyalakan fitur lokasi.



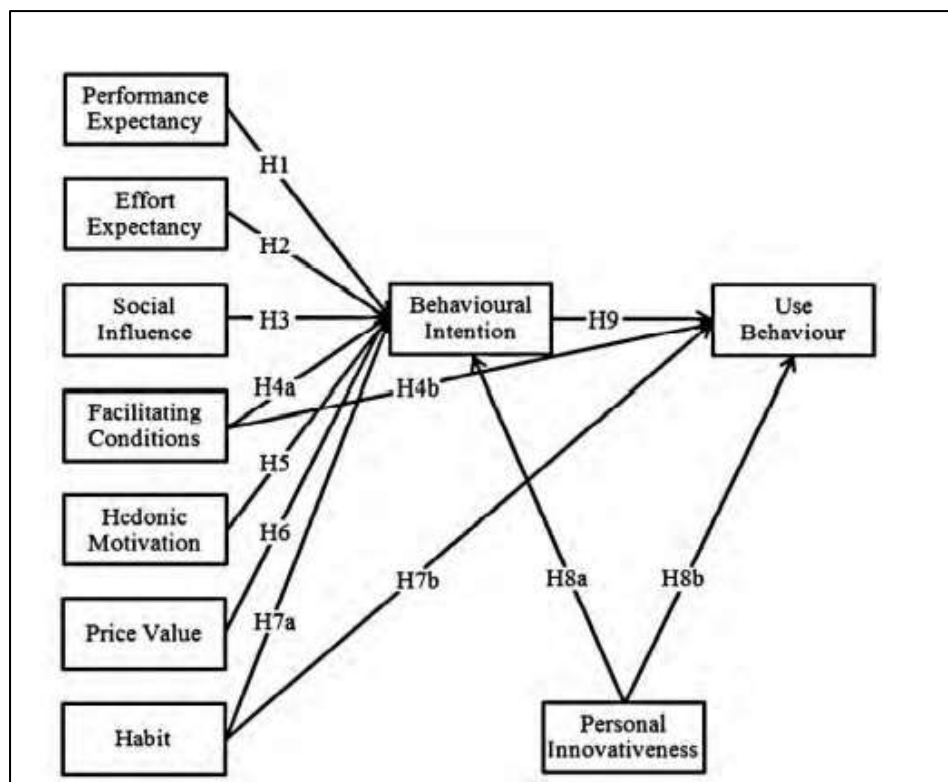
Gambar 2. 2 Logo ShopeeFood
(Sumber : <https://shopee.co.id/m/shopeefood>)

Kualitas makanan *ShopeeFood* sudah terjamin dengan kehadiran mitra *ShopeeFood* yang siap mengantarkan makananmu dengan cepat dan sigap. Tak hanya itu, kita juga dapat menikmati promo dan gratis ongkir yang ada setiap hari. Karena keuntungan yang dimilikinya, kini *ShopeeFood*

menjadi pilihan banyak orang untuk pesan makanan dari rumah. (shopee, <https://shopee.co.id/m/shopeefood>, diakses pada 03 November 2022).

2.1.5 Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 3 (UTAUT 3)

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 3 (UTAUT 3) adalah model penerimaan dan penggunaan teknologi yang dikembangkan oleh Farooq (2017) sebagai pengembangan dari model UTAUT 2. Model UTAUT 3 mencakup beberapa variabel yaitu Harapan Kinerja (*Performance Expectancy*), Harapan Usaha (*Effort Expectancy*), Pengaruh Sosial (*Social Influence*), Kondisi yang Memfasilitasi (*Facilitating Conditions*), Kebiasaan (*Habit*), Motivasi Hedonis (*Hedonic Motivation*), Nilai Harga (*Price Value*), dan Inovasi Pribadi (*Personal Innovativeness*).



Gambar 2. 3 UTAUT 3(Sumber : Farooq, 2017)

Penjelasan masing-masing konstruk yang ada pada UTAUT 3 sesuai dengan Gambar 4 diatas.

a. Harapan Kinerja (*Performance Expectancy*)

Ekspektasi kinerja merupakan keyakinan seseorang dalam melakukan suatu pekerjaannya akan terbantu jika menggunakan suatu sistem. (Jogiyanto (2007) dalam dalam Fatahudin,F) kemudian mendefinisikan bahwa ekspektasi kinerja (*Performance expectancy*) sebagai suatu analisa dalam mengukur seberapa tinggi seseorang percaya bahwa dengan menggunakan suatu sistem akan mudah terbantu dalam mendapatkan keuntungan-keuntungan dalam kinerja pekerjaannya (Fatahudin,F 2020).

b. Harapan Usaha (*Effort Expectancy*)

Ekspektasi usaha (*effort expectancy*) ialah tingkat kemudahan penggunaan sistem yang dapat mengurangi upaya (tenaga dan waktu) individu ketika melakukan pekerjaannya (Venkatesh et al. (2003) dalam Fatahudin,F 2020)

c. Pengaruh Sosial (*Social Influence*)

Pengaruh sosial merupakan tingkat kepercayaan individu terhadap lingkungan sosialnya yang meyakinkan individu untuk menggunakan sistem yang baru (Fatahudin,F 2020).

d. Kondisi yang Memfasilitasi (*Facilitating Conditions*)

Kondisi yang memfasilitasi merupakan kepercayaan individu bahwa organisasi dan infrastruktur dapat membantu untuk mendukung penggunaan sistem (Fatahudin,F 2020).

e. Kebiasaan (*Habit*)

Menurut kamus besar bahasa Indonesia kebiasaan merupakan sesuatu yang sudah biasa dikerjakan, pola untuk melakukan tanggapan terhadap situasi tertentu yang dipelajari oleh seorang individu dan yang dilakukannya secara berulang dalam melakukan hal yang sama. Kebiasaan merupakan serangkaian perbuatan seseorang secara berulang-ulang dalam hal yang sama dan berlangsung dengan tanpa proses berfikir lagi (Siagian, 2012 dalam Fatahudin,F 2020).

f. Motivasi Hedonis (*Hedonic Motivation*)

Motivasi hedonis merupakan tingkat kesenangan yang didapatkan dari penggunaan teknologi informasi dan terbukti berperan penting dalam menentukan penerimaan dan penggunaan suatu teknologi (Brown & Venkatesh, 2005 dalam Fatahudin,F 2020). Motivasi hedonis terbukti dapat menjadi faktor penting dalam penggunaan suatu teknologi (Venkatesh et al., 2012 dalam Fatahudin,F 2020). Motivasi pembelian yang didasarkan pada kebutuhan emosional individu yang diperuntukkan dalam kesenangan dan kenyamanan (Bhatnagar dan Ghosh, 2004 dalam Fatahudin,F 2020). Motivasi Hedonis mengacu pada *intensif eksperiensial* dan emosional konsumen untuk terlibat dalam aktivitas berbelanja (Solomon, 2007 dalam Fatahudin,F 2020). Konsumen yang memiliki motivasi berdasarkan kebutuhan hedonik dapat terlibat dalam aktivitas berbelanja yang melibatkan pengalaman *multisensory*, fantasi, dan emosional (Solomon, 2007 dalam Fatahudin,F 2020).

g. Nilai Harga (*Price Value*)

Nilai harga merupakan perbandingan antara manfaat yang didapat dari penggunaan teknologi dengan biaya yang dikeluarkan untuk menggunakan suatu teknologi (Venkatesh et al., 2003 dalam Fatahudin,F 2020).

h. Inovasi Pribadi (*Personal Innovativeness*)

Inovasi personal (*personal innovativeness*) merupakan keinginan dari konsumen dalam mencari hal baru yang dapat mengembangkan kekurangan suatu produk atau jasa (Bhatti, 2007 dalam Fatahudin,F 2020). Inovasi personal merupakan ketertarikan untuk mencoba suatu hal yang baru, konsep baru, dan produk atau jasa yang baru (Roger 1983 dalam).Inovasi personal dianggap sebagai sesuatu dari proses penerimaan teknologi baru. *Innovativeness* pada umumnya sudah diakui oleh setiap konsumen sehingga konsumen yang inovatif akan mencari informasi dan menemukan ide-ide yang baru (Fatahudin,F 2020).

2.1.6 Populasi Dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2015 dalam Fansyuri, I, D 2019). Untuk menghitung penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu, maka digunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad \text{.....(Persamaan 1)}$$

Keterangan :

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

e^2 : Persentase Kelonggaran Ketidakteelitian

2.1.7 Teknik Sampling

Teknik sampling dalam penelitian ini adalah *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling*. Teknik *simple random sampling* adalah pengambilan sampel suatu populasi secara acak, tanpa mempertimbangkan strata populasi yang ada, dan setiap anggota populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk menjadi sampel.

2.1.8 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut (Sujarweni, 2014), analisis regresi berganda bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor *predictor* dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi linier berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2. Persamaan dalam analisis regresi berganda dapat dituliskan sebagai berikut :

$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 \dots b_nX_n$(Persamaan 2)
--	--------------------

Keterangan:

Y: Variabel terikat (Variabel Dependen)

$X_1, X_2 \dots X_n$: Variabel bebas (Variabel Independen)

a: Konstan

$b_1, b_2 \dots b_n$: Koefisien regresi

Sebelum melakukan analisis regresi linear berganda terdapat langkah – langkah yang harus dikerjakan yaitu :

a) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir – butir dalam suatu daftar pertanyaan dan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Uji Validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan dan uji validitasnya. Hasil r hitung kita bandingkan dengan r tabel dimana $df = n - 2$ dengan sig 5%. Jika r tabel $< r$ hitung maka valid. r hitung dapat dilihat dari kolom *Corrected Item Total Correlation CI-TC* pada SPSS (Sujaweni, 2014 dalam Fansyuri, F 2019).

b) Reliabilitas

Reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk – konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama – sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai $\alpha > 0.60$ maka reliabel (Sujaweni, 2014 dalam Fansyuri, F 2019).

c) Uji Normalitas

Uji normalitas ini bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian (Sujaweni, 2014). Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal. Syarat pengambilan keputusan dalam normalitas adalah:

- a. Jika $\text{sig} > 0,05$ maka data berdistribusi normal.
- b. Jika $\text{sig} < 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

d) Uji Linearitas

Uji ini untuk melihat spesifikasi model yang digunakan benar atau tidak. Dengan uji ini akan diperoleh informasi model empiris sebaiknyalinier, kuadratan, atau kubik. Untuk melakukan uji ini harus membuat asumsi atau keyakinan bahwa fungsi yang benar adalah fungsi linier, Uji ini bertujuan untuk menghasilkan F_{hitung} (Sujaweni, 2014 dalam Fansyuri, I, D 2019). Syarat pengambilan keputusan dalam linieritas adalah :

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak.
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima. $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak yang berarti bentuk bukan linier.

e) Uji Asumsi Klasik

1. Uji *MultiKolinearitas*

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen (Ghozali, 2013 dalam Fansyuri, I, D 2019). Untuk menguji adanya atau tidak adanya multikolinearitas terlebih dahulu melihat nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Kriteria pengukuran terjadinya multikolinearitas adalah sebagai berikut :

- a. Jika $tolerance < 0,10$ dan $VIF > 10$, maka terjadi multikolinearitas.
- b. Jika $tolerance > 0,10$ dan $VIF < 10$, maka tidak terjadi multikolinearitas.

2. Uji *Heterokedastisitas*

Heterokedastisitas menguji terjadinya perbedaan *variance residual* suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain (Sujaweni, 2014).

Caraprediksi adalah tidaknya *heterokedastisitas* pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar *scatterplot*, regresi yang tidak terjadi *heterokedastisitas* jika:

1. Titik-titik data menyebar dan dibawah atau disekitar angka 0.

2. Titik–titikdatatidakmengumpulhanyadiatasataudibawahsaja.
3. Penyebarantitik–titikdatatidakbolehmembentukpolabergelombangmelebarkemudian menyempit dan melebar kembali.
4. Penyebarantitik–titikdatatidakberpola.

3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya) (Ghozali, 2013 dalam Fansyuri, I, D

2019). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan *problem* autokorelasi. Autokorelasi terjadi karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya hal ini sering ditemukan pada data runtut waktu (*time series*)

karena gangguan pada seseorang individu/kelompok cenderung mempengaruhi gangguan pada individu / kelompok yang sama pada periode berikutnya. Pada data *cross section* (silang waktu), masalah autokorelasi relatif jarang terjadi karena gangguan pada observasi yang berbeda berasal dari individu. Ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi salah satunya menggunakan uji Durbin-Watson (DW Test) yang dapat dilihat pada Tabel 2.1.

Tabel 2. 1 Durbin Watson
(Sumber : Durbin Watson Table)

Hipotesis nol	Keputusan	Range
Tdkada autokorelasi positif	Tolak	$0 < dw < dl$
Tdkada autokorelasi positif	No decision	$dl < dw < du$
Tdkada korelasi negatif	Tolak	$du < dw < 4-du$
Tdkada korelasi negatif	No Decision	$4-du < dw < 4-dl$
Tdkada autokorelasi, positif atau negatif	Tdkditolak	$4-dl < dw$

Keterangan:

du : Batas Atas

d1 : Batas Bawah

dw : Hasil Tes Durbin Watson.

Mendeteksi Autokorelasi dengan menggunakan nilai Durbin Watson di bandingkan dengan tabel Durbin Watson ($d_{hitung} < d_{tabel}$), Kriteria jika $d_{hitung} < d_{tabel}$ maka tidak terjadi autokorelasi (Sujaweni, 2014).

f) Uji t

Uji t dilakukan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{table} (Santoso, 2004). Uji t dilakukan untuk menguji suatu hipotesis dalam suatu penelitian. Kriteria pengujian dalam uji t dengan tingkat kepercayaan $\alpha = 10\%$ adalah:

- a. Jika $t_{hitung} > t_{table}$ maka H_0 akan ditolak dan H_1 akan diterima.
- b. Jika $t_{hitung} < t_{table}$ maka H_0 akan diterima dan H_1 akan ditolak.

2.1.9 SPSS

SPSS merupakan program aplikasi yang digunakan untuk mengolah data statistik dengan menggunakan perangkat komputer. SPSS mempunyai sistem yang digunakan untuk manajemen data pada lingkungan grafis dengan menggunakan menu-menu deskriptif dan kotak-kotak dialog yang sederhana, sehingga dapat dengan mudah saat memahami dan mengoperasikannya. SPSS merupakan salah satu program aplikasi yang paling banyak diminati dan digunakan oleh para analis dan peneliti untuk mengolah data-data statistik (Machali, 2015).

2.2 Studi Literatur**2.2.1 *Academicians' Acceptance of Online Learning Environments: A Review of Information System Theories and Models***

Tujuan dari makalah ini adalah untuk mengkaji teori dan model penerimaan teknologi (IS) (Gunasinghe, A *et al.*, (2019)). mengenali bukti

empiris yang tersedia untuk mendukung kesesuaian setiap model teoretis dalam menjelaskan penerimaan akademisi terhadap teknologi pembelajaran *online*. Memahami faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan sistem sangat penting bagi pengambil keputusan untuk mengenali kebutuhan dan kekhawatiran pengguna potensial, yang dapat diatasi selama fase pengembangan sebuah sistem. Jadi, selama beberapa dekade, para peneliti telah mencoba memahami mengapa orang menerima teknologi baru. Akibatnya, berbagai teori dan model menjelaskan konsep penerimaan teknologi. Beberapa model teoretis terkemuka yang menjelaskan penerimaan teknologi adalah: "*Theory of Reasoned Action*", "*Teori Difusi Inovasi*", "*Theory of Planned Behavior*", "Model Penerimaan Teknologi", "Teori Kognitif Sosial", "Model Motivasi Pemanfaatan PC", "Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*", "UTAUT 2", "UTAUT 3". Konsep Penerimaan akademik teknologi pembelajaran *online* dapat dijelaskan melalui beberapa faktor penentu yang dioperasionalkan melalui model sistem informasi di atas.

2.2.2 Analisis Perilaku Adopsi Teknologi *Mobile Wallet* Menggunakan Model *Unified Theory of Acceptance And Use of Technology*3 (UTAUT3) Pengguna OVO pada Generasi Milenial di Indonesia

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran adopsi teknologi *mobile wallet* menggunakan model *unified theory of acceptance and use of technology*3 (UTAUT3) (Ramadhan, Det al (2019)). Desain penelitian ini adalah *cross sectional* dengan menggunakan pendekatan verifikatif melalui metode *explanatory survey*. Unit analisis pengguna OVO sebanyak 114 responden. Sebuah angket digunakan sebagai instrumen penelitian untuk mengumpulkan data dari responden. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis *structural equation modelling* berbasis *partial least square* (SEM- PLS). Berdasarkan hasil penelitian menggunakan PLS didapatkan hasil dari model UTAUT3 bahwa variabel yang paling dominan pengaruhnya yaitu *habit* terhadap perilaku

penggunaan, pengaruh yang paling tidak dominan yaitu pengaruh *personal innovativeness* terhadap minat berperilaku. Secara verifikatif data menunjukkan model yang mempengaruhi minat berperilaku dan perilaku penggunaan dengan kategori moderat dan pengaruh dari luar yang tidak diteliti dengan kategori moderat.

2.2.3 Adopsi Model UTAUT3 Pada Nasabah Pengguna *Mobile Banking* Perbankan Syariah Indonesia di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada Nasabah Bank Syariah di Jawa Barat)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis evaluasi penerapan perilaku model adopsi teknologi dalam penerimaan *mobile banking* perbankan syariah menggunakan model UTAUT3 pada nasabah di Indonesia (Fatahudin, F. (2020)). Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara variabel ekspektasi kinerja dan kondisi yang memfasilitasi terhadap variabel niat berperilaku, dan variabel niat berperilaku terhadap variabel perilaku penggunaan serta variabel kondisi yang memfasilitasi terhadap perilaku penggunaan melalui niat berperilaku sebagai variabel *Intervening*. Terdapat beberapa variabel lain yang tidak menunjukkan adanya pengaruh antar variabel, hal ini dikarenakan indikator-indikator untuk variabel tersebut bukan hanya diukur berdasarkan banyaknya faktor saja namun ada indikator lain. Penelitian ini berimplikasi pada perlunya peningkatan layanan *mobile banking* perbankan syariah agar nasabah dapat terbantu dalam meningkatkan literasi keuangan ditengah pandemi Covid-19.

2.2.4 *Factors Influencing the Adoption of E-Learning by University Students in Sri Lanka: Application of UTAUT-3 Model during Covid-19 Pandemic*

Penelitian ini menjelaskan bahwa akibat Covid-19 banyak universitas di seluruh dunia memasuki mode darurat yang mengubah pendidikan secara radikal dengan beralih ke pembelajaran online dan metode pendidikan berbasis jarak jauh lainnya (Kamalasena, B. D. T. M., &

Sirisena, A. B. (2021)). Persmasalahan dalam penelitian ini ialah banyak siswa yang tidak mau menggunakan *e-learning* atau tidak memiliki keterampilan yang memadai untuk belajar melalui perangkat elektronik atau tidak memiliki sumber daya untuk mengaksesnya terpinggirkan. Mempertimbangkan ketepatan waktu dan relevansi fenomena, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi *e-learning* oleh mahasiswa universitas Sri Lanka. Data yang relevan dikumpulkan melalui kuesioner yang dikelola sendiri yang didistribusikan di antara 191 mahasiswa berdasarkan metode *convenience sampling*. Studi ini menemukan dampak positif dari harapan kinerja, kondisi fasilitasi, kebiasaan, nilai harga, dan inovasi pribadi dalam TI untuk menggunakan elearning. Selain itu, niat tersebut berdampak positif pada adopsi *platform elearning*.

2.2.5 Investigating The Intentions To Adopt E-Learning Using UTAUT-3 Model: A Perspective Of COVID-19

Penelitian ini menjelaskan tentang pengaruh COVID-19 yang berdampak disisi pendidikan(Akbar, M. (2021)). Oleh karena itu, banyak perguruan tinggi teknologi yang mengadopsi atau menerapkan *e-learning* untuk menghindari interaksi fisik dan pembelajaran dengan menjaga jarak sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruhnya harapan usaha, harapan kinerja, pengaruh sosial, dan kondisi yang memfasilitasi niat perilaku untuk menggunakan *e-learning*. Selain itu, hubungan yang diukur antara perilaku niat untuk menggunakan *e-learning* dan perilaku adopsi *e-learning*. Hubungan ini dianalisis dengan analisis literatur yang mendalam. Dengan demikian penelitian ini akan bermanfaat bagi administrator atau kepala sekolah sebagai bahan evaluasi.

2.2.6 Penerapan Model UTAUT-3 Dalam Menganalisis Adopsi Teknologi *E-Learning* Pada Mahasiswa di UIN Sunan Ampel Surabaya

Penelitian ini bertujuan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi yang merupakan komponen penting dalam keberhasilan implementasi teknologi di perguruan tinggi serta memberikan rekomendasi perbaikan berdasarkan hasil evaluasi penerimaan teknologi yang telah dilakukan (Lestari, R. P. (2021)). Hasil analisis menunjukkan bahwa *Performance Expectancy*, *Hedonic Motivation*, dan *Habit* mempengaruhi niat perilaku penggunaan *E-Learning* pada Mahasiswa di UIN Sunan Ampel Surabaya sedangkan *Facilitating Conditions*, *Habit* dan *Behavioural Intention* dapat secara langsung mempengaruhi penggunaan *E-Learning*.

Tabel 2. 2 Perbandingan Studi Literatur

No	Judul Penelitian	Tahun	Nama Peneliti	Permasalahan	Tujuan Penelitian	Metode/Model/Algoritma	Hasil Pembahasan
1	<i>Academics' Acceptance of Online Learning Environments: A Review of Information System Theories and Models</i>	2019	Asanka Gunasinghe, Junainah Abd Hamid, Ali Khatibi	Penerimaan akademisi terhadap teknologi pembelajaran online	Mengkaji teori dan model penerimaan teknologi (IS)mengenali bukti empiris yang tersedia untuk mendukung kesesuaian setiap model teoretis dalam menjelaskan penerimaan akademisi terhadap teknologi pembelajaran <i>online</i>	UTAUT 2 UTAUT 3	Studi masa depan harus fokus pada penelitian aspek lain dari pembelajaran berbasis teknologi yang penting untuk keberhasilan proliferasi sistem tersebut;diluar penggunaan dan penerimaan yang khas. Di luar penggunaan dan penerimaan yang khas. Untuk mencegah munculnya kesenjangan antara konsep dan

Tabel 2.2 Perbandingan Studi Literatur ((Lanjutan))

							praktik baik peneliti maupun praktisi. Model proses untuk mempengaruhi pengguna potensial agar menerima teknologi seperti lingkungan belajar <i>online</i> .
2	Analisis Perilaku Adopsi Teknologi Mobile Wallet Menggunakan Model <i>Unified Theory of Acceptance And Use of</i>	2019	D. Ramadhan, R. Hurriyati & Lisnawati	Perilaku pengguna OVO pada generasi milenial	Mengetahui gambaran adopsi teknologi <i>mobile wallet</i> menggunakan model <i>unified theory of acceptance and use of technology 3</i> (UTAUT3)	UTAUT 3 & SEM- PLS	variabel yang paling dominan pengaruhnya yaitu habit terhadap perilaku penggunaan, pengaruh yang paling tidak dominan yaitu pengaruh <i>personal innovativeness</i> terhadap minat berperilaku.

Tabel 2.2 Perbandingan Studi Literatur (Lanjutan)

	<p><i>Technology3</i> (UTAUT3) Pengguna OVO pada Generasi Milenial di Indonesia</p>						
3	<p>Adopsi Model UTAUT3 Pada Nasabah Pengguna <i>Mobile Banking</i> Perbankan Syariah Indonesia di Masa Pandemik <i>Covid-</i></p>	2020	<p>Fathoni Fatahudin</p>	<p>Penerimaan <i>mobile banking</i> perbankan syariah pada nasabah Indonesia</p>	<p>Menganalisis evaluasi penerapan perilaku model adopsi teknologi dalam penerimaan <i>mobile banking</i> perbankan syariah menggunakan model UTAUT3 pada nasabah di Indonesia</p>	UTAUT 3	<p>Adanya pengaruh yang signifikan antara variabel ekspektasi kinerja dan kondisi yang memfasilitasi terhadap variabel niat berperilaku, dan variabel niat berperilaku terhadap variabel perilaku penggunaan serta variabel kondisi yang</p>

Tabel 2.2 Perbandingan Studi Literatur (Lanjutan)

	19(Studi Pada Nasabah Bank Syariah di Jawa Barat)						memfasilitasi terhadap perilaku penggunaan melalui niat berperilaku sebagai variabel <i>Intervening</i> .
4	<i>Factors Influencing the Adoption of E-Learning by University Students in Sri Lanka: Application of UTAUT-3 Model during Covid-19 Pandemic</i>	2021	BDTM Kamalasena & AB Sirisena	Banyak siswa yang tidak mau menggunakan <i>e-learning</i> atau tidak memiliki keterampilan yang memadai untuk belajar melalui perangkat elektronik atau tidak memiliki sumber daya untuk	Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi <i>e-learning</i> oleh mahasiswa universitas Sri Lanka	UTAUT 3	Menemukan dampak positif dari harapan kinerja, kondisi fasilitasi, kebiasaan, nilai harga, dan inovasi pribadi dalam TI untuk menggunakan <i>elearning</i> . Selain itu, niat tersebut berdampak positif pada adopsi <i>platform elearning</i>

Tabel 2.2 Perbandingan Studi Literatur (Lanjutan)

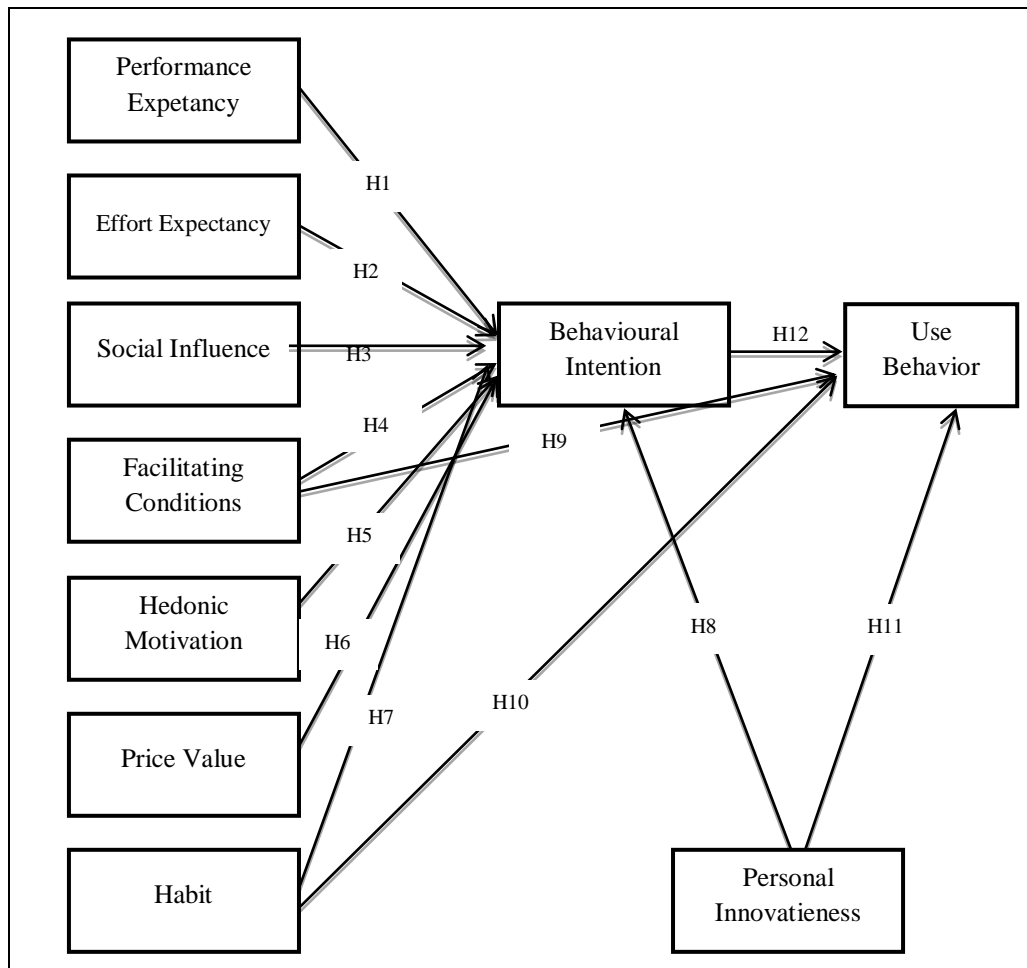
				mengaksesnya terpinggirkan			
5	<i>Investigating The Intentions To Adopt E-Learning Using UTAUT-3 Model: A Perspective Of COVID-19</i>	2021	Mahmood Ali Akbar	Pengaruh COVID-19 yang berdampak disisi pendidikan	Mengetahui pengaruhnya harapan usaha, harapan kinerja, pengaruh sosial, dan kondisi yang memfasilitasi niat perilaku untuk menggunakan <i>e-learning</i>	UTAUT 3	Hubungan yang diukur antara perilaku niat untuk menggunakan <i>e-learning</i> dan perilaku adopsi <i>e-learning</i> . Hubungan ini dianalisis dengan analisis literatur yang mendalam. Dengan demikian penelitian ini akan bermanfaat bagi administrator atau kepala sekolah sebagai bahan evaluasi.
6	Penerapan Model UTAUT-3	2021	Rizki Puji Lestari	Rendahnya penerimaan teknologi pada	Memahami faktor-faktor yang mempengaruhi	UTAUT 3	<i>Performance Expectancy, Hedonic Motivation, dan</i>

Tabel 2.2 Perbandingan Studi Literatur (*Lanjutan*)

	<p>Dalam Menganalisis Adopsi Teknologi <i>E-Learning</i> Pada Mahasiswa di UIN Sunan Ampel Surabaya</p>			<p>perguruan tinggi</p>	<p>adopsi teknologi di perguruan tinggi serta memberikan rekomendasi perbaikan berdasarkan hasil evaluasi penerimaan teknologi yang telah dilakukan</p>		<p><i>Habit</i> mempengaruhi niat perilaku penggunaan <i>E-Learning</i> pada Mahasiswa di UIN Sunan Ampel Surabaya sedangkan <i>Facilitating Conditions, Habit</i> dan <i>Behavioural Intention</i> dapat secara langsung mempengaruhi penggunaan <i>E-Learning</i>.</p>
--	---	--	--	-------------------------	---	--	--

2.3 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan dugaan jawaban yang diajukan berdasarkan rumusan masalah. Dugaan jawaban tersebut ada 2 yaitu H₀ dan H_a. H₀ bertujuan untuk memberikan usulan dugaan kemungkinan tidaknya adanya perbedaan antara perkiraan penelitian dengan keadaan yang sesungguhnya yang diteliti. H_a bertujuan memberikan usulan dugaan adanya perbedaan perkiraan dengan keadaan sesungguhnya yang diteliti (Sujarweni, 2014).



Gambar 2. 4 Hipotesis Penelitian (Sumber : Farooq,2017)

Berdasarkan gambar 5 diatas, perumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

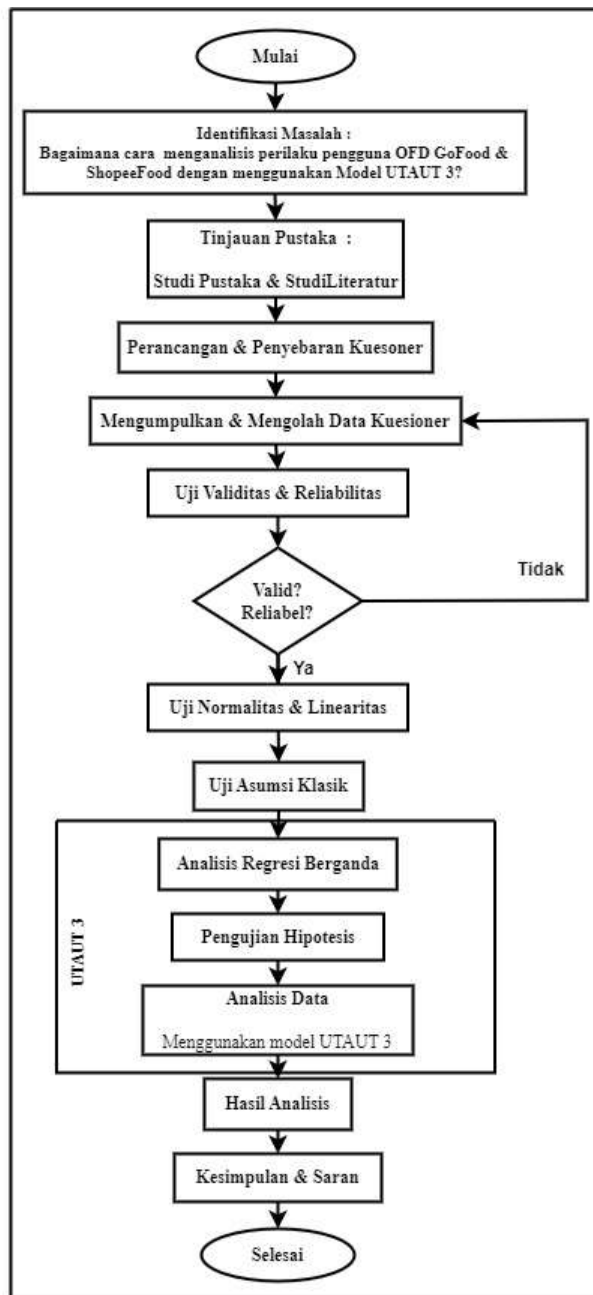
1. H₀: *Performance Expectancy* tidak berpengaruh terhadap *Behavioral*

Intention

- H₁: *Performance Expectancy* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention*
2. H₀: *Effort Expectancy* tidak berpengaruh terhadap *Behavioral Intention*
 H₂: *Effort Expectancy* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention*
3. H₀: *Social Influence* tidak berpengaruh terhadap *Behavioral Intention*.
 H₃: *Social Influence* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention*.
4. H₀: *Facilitating Conditions* tidak berpengaruh terhadap *Behavioral Intention*.
Intention.
 H₄: *Facilitating Conditions* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention*
5. H₀: *Hedonic Motivation* tidak berpengaruh terhadap *Behavioral Intention*.
Intention.
 H₅: *Hedonic Motivation* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention*.
6. H₀: *Price Value* tidak berpengaruh terhadap *Behavioral Intention*.
 H₆: *Price Value* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention*.
7. H₀: *Habit* tidak berpengaruh terhadap *Behavioral Intention*.
 H₇: *Habit* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention*.
8. H₀: *Personal Innovativeness* tidak berpengaruh terhadap *Behavioral Intention*.
Behavioral Intention.
 H₈: *Personal Innovativeness* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention*.
9. H₀: *Facilitating Conditions* tidak berpengaruh terhadap *Use Behavior*.
 H₉: *Facilitating Conditions* berpengaruh terhadap *Use Behavior*.
10. H₀: *Habit* tidak berpengaruh terhadap *Use Behavior*.
 H₁₀ : *Habit* berpengaruh terhadap *Use Behavior*.
11. H₀ : *Personal Innovativeness* tidak berpengaruh terhadap *Use Behavior*.
 H₁₁: *Personal Innovativeness* berpengaruh terhadap *Use Behavior*.
12. H₀: *Behavioral Intention* tidak berpengaruh terhadap *Use Behavior*.
 H₁₂ : *Behavioral Intention* berpengaruh terhadap *Use Behavior*.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Kerangka Penelitian



Gambar 3. 1 Kerangka Penelitian

Dari Gambar 3.1 diatas kerangka penelitian dalam penelitian ini dapat di jelaskan sebagai berikut :

1. Memulai penelitian dengan mengidentifikasi permasalahan dan fenomena yang terjadi, disini memilih GoFood dan ShopeeFood karena merupakan dua OFD teratas untuk menjadi objek dalam penelitian
2. Setelah menemukan permasalahan dan fenomena dilanjutkan dengan mencari berbagai referensi yang diperlukan untuk studi pustaka yang berkaitan dengan penelitian dan studi literatur penelitian sebelumnya.
3. Penelitian dilanjutkan dengan mengambil atau mengadopsi kuesioner dari suatu penelitian kemudian dirancang ulang sesuai dengan penelitian yang kemudian dikumpulkan dengan penyebaran kuisisioner secara *online*.
4. Setelah kuesioner disebar maka data kuesioner dapat dikumpulkan untuk diolah.
5. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan dua alat ukur yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.
6. Setelah data dinyatakan valid dan reliabel maka dapat dilanjutkan ke pengujian asumsi klasik, dan jika tidak valid dan reliabel maka dilakukan pengumpulan data ulang.
7. Analisis regresi berganda digunakan untuk mendapatkan persamaan
8. Pengujian hipotesis untuk mengetahui variabel-variabel mana saja pada UTAUT 3 yang mempengaruhi.
9. Setelah seluruh data berhasil diolah maka dapat dilakukan analisa dan pembahasan dengan menggunakan model UTAUT 3 disertai dengan menarik kesimpulan serta saran.
10. Setelah semua tahapan selesai maka dapat dilanjutkan dengan pengumpulan laporan.

3.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan ialah penelitian kuantitatif dengan metode pendekatan survei berbasis kuesioner yang didistribusikan kepada responden yaitu masyarakat di Kota Palembang yang menggunakan OFD

GoFood dan OFD ShopeeFood. Menurut Pebrina *et al.* (2022) metode penelitian kuantitatif cocok dalam menguji teori dan hipotesis melalui penggunaan seperangkat alat statistik.

3.3 Model Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode UTAUT 3 dengan fokus pada indikator *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, *Hedonic Motivation*, *Price Value*, *Habit*, *Personal Innovativeness*, *Behavioral Intention*, *Use Behavior*.

3.4 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di kota Palembang khususnya bagi pengguna OFD GoFood dan OFD ShopeeFood. Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari 2023 - Juli 2023.

3.5 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kota Palembang yang menggunakan aplikasi GoFood dan ShopeeFood. Populasi masyarakat di Kota Palembang sebanyak 1.686.073 pada tahun 2021, hasil ini didapat dari Badan Pusat Statistik di Kota Palembang. Jumlah penduduk Palembang tersebut dapat dilihat pada gambar 7 dibawah ini.



**Gambar 3. 2 Jumlah Penduduk kota Palembang 2021
(Sumber : Badan Pusat Statistik)**

Menurut pendapat Sugiyono (2018:131) sampel penelitian adalah faktor dari total dan ciri-ciri yang dipunyai oleh populasi tersebut. Teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik *sampling* yang digunakan (Sugiyono, 2018:80). Pada penelitian ini metode pengambilan sampel menggunakan *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling*. Penelitian ini menggunakan rumus Slovin untuk mencari jumlah sampel responden yang akan digunakan.

Dalam(Riduwan, Kuncoro 2008) menyatakan bahwa berkaitan dengan penentuan banyaknya contoh yang diambil dari populasi, yaitu apabila subyek kurang dari 100, maka sampel yang diambil adalah semua populasinya. Apabila subyek lebih dari 100 maka kelonggaran ketelitian dapat diambil 10%-15%. Berdasarkan pernyataan ini maka kelonggaran ketelitian yang digunakan adalah 10%. Perhitungan sampel ialah sebagai berikut:

$$N = 1.686.073$$

$$e^2 = 10\% = 10/100 = 0,01$$

Rumus :

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

$$n = \frac{1.686.073}{1 + (1.686.073 (0,1^2))}$$

$$n = \frac{1.686.073}{1 + (1.686.073)(0.01)}$$

$$n = \frac{1.686.073}{1 + 16.860,73}$$

$$n = \frac{1.686.073}{16.861,73}$$

$$n = 99,99$$

$$n \approx 100$$

3.6 Variabel Dalam Penelitian

Dalam penelitian model UTAUT 3 ini melibatkan 8 variabel yang terdiri dari Harapan Kinerja (*Performance Expectancy*), Harapan Usaha (*Effort Expectancy*), Pengaruh Sosial (*Social Influence*), Kondisi yang Memfasilitasi (*Facilitating Conditions*), Kebiasaan (*Habit*), Motivasi Hedonis (*Hedonic Motivation*), Nilai Harga (*Price Value*), dan Inovasi Pribadi (*Personal Innovativeness*).

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam mendukung penyusunan laporan ini terdiri dari:

a. Studi Kepustakaan

Dalam mencari informasi yang berguna bagi penelitian ini maka dilakukanlah pencarian data melakukan riset, mengulas, dan mempelajari jurnal yang berhubungan dengan topik yang akan dibahas. Tidak hanya itu, pencarian informasi dari buku, *e-book*, dan situs *website* terpercaya untuk mendukung penelitian ini agar tersusun dengan baik sesuai dengan apa yang dikehendaki.

b. Studi Lapangan

Studi lapangan dilakukan agar memperoleh data dan fakta langsung dari objek yang diteliti. Adapun teknik pengumpulan data dari studi lapangan ialah sebagai berikut:

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan informasi dengan memberikan pertanyaan atau pernyataan yang akan dijawab dengan sebenar-benarnya oleh responden yang dituju (Anugrah *et al.*, 2022). Kuesioner disebarakan secara *online* melalui *Google Form* ke 100 pengguna GoFood dan ShopeeFood dikota Palembang, dimana 1 responden mengisi dua kuesioner yaitu kuesioner GoFood dan kuesioner ShopeeFood. Kuesioner yang dipakai menggunakan skala *likert* yang digunakan untuk mengukur respon subjek ke dalam 5 poin skala dengan

interval, skala ini terdiri dari Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Berikut ini merupakan tabel nilai skala *likert* :

Tabel 3. 1 Skala Likert

No.	Keterangan	Nilai
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2	Tidak Setuju (TS)	2
3	Netral (N)	3
4	Setuju (S)	4
5	Sangat Setuju (SS)	5

Kuesioner penelitian terdiri dari 2 kuesioner yaitu kuesioner GoFood dan ShopeeFood dimana masing-masing kuesioner terdiri atas 20 pertanyaan, yaitu sebagai berikut :

- 2 pertanyaan untuk indikator *Performance Expectancy*, diwakili dengan pertanyaan 1 dan 2.
- 2 pertanyaan untuk indikator *Effort Expectancy* diwakili dengan pertanyaan 3 dan 4.
- 2 pertanyaan untuk indikator *Social Influence*, diwakili dengan pertanyaan 5 dan 6.
- 2 pertanyaan untuk indikator *Facilitating Conditions*, diwakili dengan pertanyaan 7 dan 8.
- 2 pertanyaan untuk indikator *Hedonic Motivation*, diwakili dengan pertanyaan 9 dan 10.
- 2 pertanyaan untuk indikator *Price Value*, diwakili dengan pertanyaan 11 dan 12.

- 2 pertanyaan untuk indikator *Habit*, diwakili dengan pertanyaan 13 dan 14.
- 2 pertanyaan untuk indikator *Personal Innovativeness*, diwakili dengan pertanyaan 15 dan 16.
- 2 pertanyaan untuk indikator *Behavioral Intention*, diwakili dengan pertanyaan 17 dan 18.
- 2 pertanyaan untuk indikator *Use Behavior*, diwakili dengan pertanyaan 19 dan 20.

Daftar kuesioner diambil dari sumber penelitian (Fatahudin, 2020) yang dapat dilihat pada Tabel 3.2 dibawah ini :

Tabel 3. 2 Kuesioner Penelitian GoFood dan ShopeeFood

(Sumber Fatahudin,2020)

No	Pertanyaan : Variabel	STS	TS	N	S	SS
	<i>Perfomance Expectancy (Harapan Kinerja)</i>					
1	Dengan Menggunakan layanan GoFood/ShopeeFood,urusan saya dalam hal memesan makanan menjadi lebih mudah					
2	Dengan menggunakan layanan GoFood ShopeeFood, saya menjadi lebih produktif					
	<i>Effort Expectancy (Harapan Usaha)</i>					
3	Saya mudah berinteraksi dengan layanan GoFood/ShopeeFood					
4	Saya mudah mengoperasikan fitur layanan GoFood/ShopeeFood					
	<i>Social Influence(Pengaruh Sosial)</i>					
5	Orang terdekat (pasangan, teman, keluarga, dan lain-lain) bisa mempengaruhi saya untuk menggunakan layanan GoFood/ShopeeFood					

Tabel 3.2 Kuesioner (*Lanjutan*)

6	Orang yang saya anggap penting (atasan, guru / dosen, ulama, pemerintah, dan lain-lain) bisa mempengaruhi saya untuk menggunakan layanan GoFood/ShopeeFood					
No	Pertanyaan : Variabel <i>Facilitating Conditions</i>(Kondisi Fasilitas)	STS	TS	N	S	SS
7	Teknologi smartphome yang saya gunakan mendukung saya untuk menggunakan layanan GoFood/ShopeeFood					
8	Ketersediaan jaringan internet mendukung saya menggunakan layanan GoFood/ShopeeFood					
No	Pertanyaan : Variabel <i>Hedonic Motivation</i>(Motivasi Hedonis)	STS	TS	N	S	SS
9	Layanan GoFood/ShopeeFoodmemungkinkan saya untuk berbelanja online dengan nyaman					
10	Layanan GoFood/ShopeeFoodmemungkinkan saya untuk berbelanja online dengan menyenangkan					
No	Pertanyaan : Variabel <i>Price Value</i> (Nilai Harga)	STS	TS	N	S	SS
11	Biaya layanan GoFood/ShopeeFoodterjangkau					
12	Biaya layanan GoFood/ShopeeFoodsesuai dengan kualitas layanan yang diberikan					
No	Pertanyaan : Variabel <i>Habit</i> (Kebiasaan)	STS	TS	N	S	SS
13	Saya sudah terbiasa menggunakan layanan GoFood/ShopeeFood					
14	Saya cukup rutin menggunakan layanan GoFood/ShopeeFood					
No	Pertanyaan : Variabel <i>Personal Innovativeness</i> (Inovasi Pribadi)	STS	TS	N	S	SS

Tabel 3.2 Kuesioner (Lanjutan)

15	Saya tertarik menggunakan fitur baru yang ada di layanan GoFood/ShopeeFood					
16	Saya tertarik menggunakan berbagai fitur yang tersedia di layanan GoFood/ShopeeFood					
No	Pertanyaan : Variabel <i>Behavioral Intention</i> (Niat Perilaku)	STS	TS	N	S	SS
17	Saya berniat menggunakan layanan GoFood/ShopeeFood dimasa yang akan datang					
18	Saya bersedia merekomendasikan layanan GoFood/ShopeeFood yang saya gunakan kepada orang lain					
No	Pertanyaan : Variabel <i>Use Behavior</i> (Perilaku Pengguna)	STS	ST	N	S	SS
19	Saya telah menggunakan layanan GoFood/ShopeeFood					
20	Saya telah bertransaksi melalui layanan GoFood/ShopeeFood					

3.8 Alat Pengolah Data

Pada penelitian ini menggunakan alat ukur data yaitu SPSS 25. Alat ini akan digunakan dalam proses pengujian-pengujian yang datanya berasal dari hasil penyebaran kuesioner secara *online*.

3.9 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis regresi linier berganda. Dimana dalam uji regresi linier berganda ini akan dilakukan analisis data dengan melakukan beberapa pengujian yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji linieritas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi, uji heterokedastisitas dan uji *t*.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini penyusunan kuesioner digunakan untuk menganalisa perbandingan pengguna *ShopeeFood* dan *GoFood* Pertanyaan kuesioner mengharapkan suatu pendapat dan ungkapan secara nyata bagi pengguna yang telah menggunakan kedua OFD tersebut. Kuesioneri ini disebarkan ke 100 pengguna *ShopeeFood* dan *GoFood* di Kota Palembang. Adapun karakteristik identitas responden dalam pengisian kuesioner sebagai berikut:

Tabel 4. 1 Karakteristik Identitas Responden

JenisKelamin	Usia	Pekerjaan	Lama Penggunaan Aplikasi (Tahun)
() Laki-laki	() 15-25 Tahun	() Siswa/i	() 1-2 Tahun
() Perempuan	() 26-35 Tahun	() Mahasiswa/i	() 2-3 Tahun
	() 36-45 Tahun	() Karyawan Swasta	() >3 Tahun
	() 46-55 Tahun	() PNS (Pegawai Negeri Sipil)	
		() Pengusaha	
		() IRT (Ibu Rumah Tangga)	
		() Lainnya	

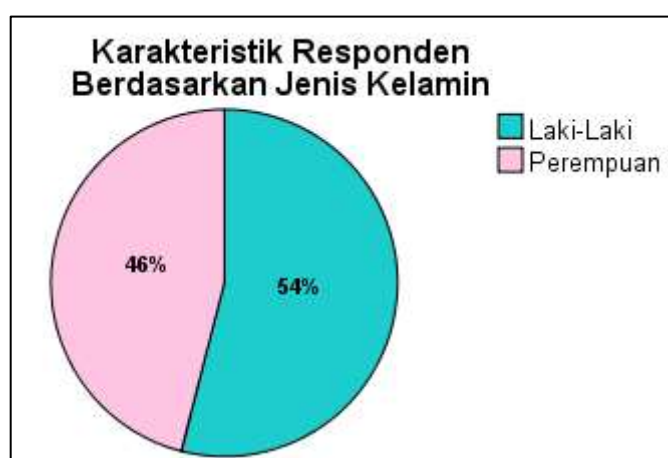
Identitas responden merupakan karakteristik yang erat denganciri dan gambaran umum dari responden itu sendiri. Adapun hasil analisa dari karakteristik responden sebagai berikut :

4.1.1 Analisis Karakter Responden

Dalam menganalisis karakteristik responden terdapat 4 karakteristik antara lain jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan lama penggunaan aplikasi *ShopeeFood* dan *GoFood*.

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

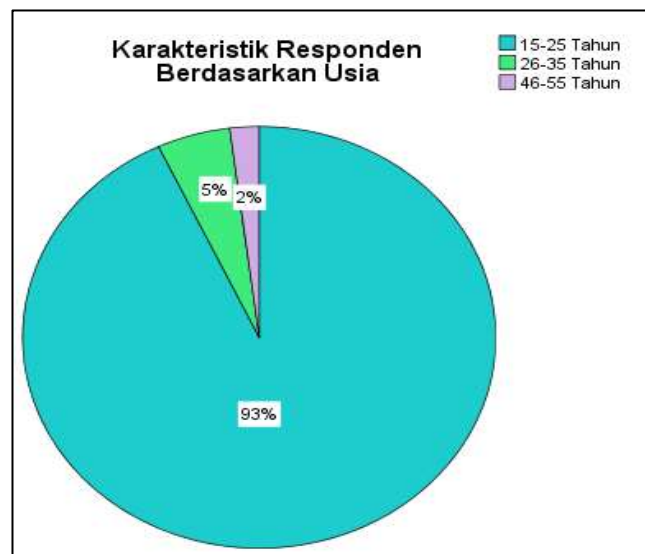
		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	54	54,0	54,0	54,0
	Perempuan	46	46,0	46,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	

**Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Dari Tabel 4.2 dan Gambar 4.1 dapat dilihat bahwa karakteristik responden pengguna *ShopeeFood* dan *GoFood* berdasarkan jenis kelamin untuk laki – laki sebanyak 54 orang dan untuk perempuan sebanyak 46 orang. Maka dapat ditarik kesimpulan pengguna *ShopeeFood* dan *GoFood* lebih banyak laki– laki dari pada perempuan.

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15-25 Tahun	93	93,0	93,0	93,0
	26-35 Tahun	5	5,0	5,0	98,0
	46-55 Tahun	2	2,0	2,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	



Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Dari Tabel 4.3 dan Gambar 4.2 dapat dilihat bahwa pengguna *ShopeeFood* dan *GoFood* usia 15-25 tahun sebanyak 93 orang, usia 26-35 tahun sebanyak 5 orang, dan usia 46-55 tahun sebanyak 2 orang. Maka dapat disimpulkan bahwa pengguna *ShopeeFood* dan *GoFood* rata-rata berusia 15-25 tahun.

Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

		Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Siswafi	2	2,0	2,0	2,0
	Mahasiswa/i	54	54,0	54,0	56,0
	Karyawan Swasta	32	32,0	32,0	88,0
	IRT (Ibu Rumah Tangga)	1	1,0	1,0	89,0
	Lainnya	11	11,0	11,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	



Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Dari Tabel 4.4 dan Gambar 4.3 dapat dilihat bahwa pengguna ShopeeFood dan GoFood berdasarkan pekerjaan dapat dilihat bahwa 2 responden sebagai siswa/i, 54 responden mahasiswa/i, 32 responden karyawan swasta, 1 responden IRT (Ibu Rumah Tangga), dan 11 responden lainnya. Maka ditarik kesimpulan bahwa pekerjaan para pengguna aplikasi ShopeeFood dan GoFood lebih banyak Mahasiswa/i.

Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan

Lama Penggunaan Aplikasi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1-2 Tahun	30	30,0	30,0	30,0
2-3 Tahun	32	32,0	32,0	62,0
>3 Tahun	38	38,0	38,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	



Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Aplikasi

Berdasarkan karakteristik responden lama penggunaan dapat dilihat bahwa 30 pengguna sudah pernah menggunakan ShopeeFood dan GoFood selama 1-2 tahun. 32 pengguna selama 2-3 tahun dan 38 pengguna sudah menggunakan ShopeeFood dan GoFood selama >3 tahun. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pengguna ShopeeFood dan GoFood menggunakan ShopeeFood dan GoFood rata – rata selama >3 tahun.

4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas GoFood

4.2.1 Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan dengan melihat nilai *Corrected-TotalCorrelation (CI-TC)*. Apabila r hitung ($CI-TC$) > r tabel maka dapat dikatakan valid. Nilai r tabel dapat dilihat pada tabel dimana $df = 100 - 2 = 98$ dan taraf kesalahan 5% maka diperoleh nilai r tabel 0,1654 dapat dilihat pada Lampiran 2.

4.2.1.1 Uji Validitas Variabel *Performance Expectancy*

Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Variabel *Performance Expectancy*

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PE1	4,14	,303	,547	,299	.
PE2	4,59	,244	,547	,299	.

Tabel 4. 7 Perbandingan r Hitung dan r Tabel

R Hitung	r Tabel	Keterangan
0,547	0,1654	VALID
0,547	0,1654	VALID

Dari Tabel 4.6 dapat dilihat bahwa hasil pengujian validitas pertanyaan *Performance Expectancy* nilai *CI-TC* (r hitung) melebihi nilai korelasi data (r tabel) yaitu 0,1654. Maka data diatas dapat ditandakan valid.

4.2.1.2 Uji Validitas Variabel *Effort Expentancy*

Tabel 4. 8 Hasil Uji Variabel *Effort Expentancy*

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
EE1	4,39	,422	,554	,307	.
EE2	4,36	,415	,554	,307	.

Tabel 4. 9Perbandingan r Hitung dan r Tabel

R Hitung	r Tabel	Keterangan
0,554	0,1654	VALID
0,554	0,1654	VALID

Dari Tabel 4.8 dapat dilihat bahwa hasil pengujian validitas pertanyaan *Effort Expentancy* nilai *CI-TC* (r hitung) melebihi nilai korelasi data (r tabel) yaitu 0,1654. Maka data diatas dapat ditandakan valid.

4.2.1.3 Uji Validitas Variabel *Social Influence*

Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Variabel *Social Influence*

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SI1	3,71	,572	,575	,331	.
SI2	4,04	,524	,575	,331	.

Tabel 4. 11 Perbandingan r Hitung dan r Tabel

R Hitung	r Tabel	Keterangan
0,575	0,1654	VALID
0,575	0,1654	VALID

Dari Tabel 4.10 dapat dilihat bahwa hasil pengujian validitas pertanyaan *Social Influence* nilai *CI-TC* (r hitung) melebihi nilai korelasi data (r tabel) yaitu 0,1654. Maka data diatas dapat ditandakan valid.

4.2.1.4 Uji Validitas Variabel *Facilitating Conditions*

Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Variabel *Facilitating Conditions*

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
FC1	4,54	,392	,743	,553	.
FC2	4,52	,394	,743	,553	.

Tabel 4. 13 Perbandingan r Hitung dan r Tabel

R Hitung	r Tabel	Keterangan
0,743	0,1654	VALID
0,743	0,1654	VALID

Dari Tabel 4.12 dapat dilihat bahwa hasil pengujian validitas pertanyaan *Facilitating Conditions* nilai *CI-TC* (r hitung) melebihi nilai korelasi data (r tabel) yaitu 0,1654. Maka data diatas dapat ditandakan valid.

4.2.1.5 Uji Validitas Variabel *Hedonic Motivation*

Tabel 4. 14 Hasil Uji Validitas Variabel *Hedonic Motivation*

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
HM1	4,24	,467	,681	,464	.
HM2	4,25	,452	,681	,464	.

Tabel 4. 15 Perbandingan r Hitung dan r Tabel

R Hitung	r Tabel	Keterangan
0,681	0,1654	VALID
0,681	0,1654	VALID

Dari Tabel 4.14 dapat dilihat bahwa hasil pengujian validitas pertanyaan *Hedonic Motivation* nilai *CI-TC* (r hitung) melebihi nilai korelasi data (r tabel) yaitu 0,1654. Maka data diatas dapat ditandakan valid.

4.2.1.6 Uji Validitas Variabel *Price Value*

Tabel 4. 16 Hasil Uji Validitas Variabel *Price Value*

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PV1	3,77	,522	,769	,591	.
PV2	3,61	,584	,769	,591	.

Tabel 4. 17 Perbandingan r Hitung dan r Tabel

R Hitung	r Tabel	Keterangan
0,769	0,1654	VALID
0,769	0,1654	VALID

Dari Tabel 4.16 dapat dilihat bahwa hasil pengujian validitas pertanyaan *Price Value* nilai *CI-TC* (r hitung) melebihi nilai korelasi data (r tabel) yaitu 0,1654. Maka data diatas dapat ditandakan valid.

4.2.1.7 Uji Validitas Variabel *Habit*

Tabel 4. 18 Hasil Uji Validitas Variabel *Habit*

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
H1	3,63	,559	,558	,312	.
H2	4,08	,458	,558	,312	.

Tabel 4. 19 Perbandingan r Hitung dan r Tabel

R Hitung	r Tabel	Keterangan
0,558	0,1654	VALID
0,558	0,1654	VALID

Dari Tabel 4.18 dapat dilihat bahwa hasil pengujian validitas pertanyaan *Habit* nilai *CI-TC* (r hitung) melebihi nilai korelasi data (r tabel) yaitu 0,1654. Maka data diatas dapat ditandakan valid.

4.2.1.8 Uji Validitas Variabel *Personal Innovativeness*

Tabel 4. 20 Hasil Uji Validitas Variabel *Personal Innovativeness*

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PI1	4,04	,443	,759	,576	.
PI2	3,98	,464	,759	,576	.

Tabel 4. 21 Perbandingan r Hitung dan r Tabel

R Hitung	r Tabel	Keterangan
0,759	0,1654	VALID
0,759	0,1654	VALID

Dari Tabel 4.20 dapat dilihat bahwa hasil pengujian validitas pertanyaan *Personal Innovativeness* nilai *CI-TC* (r hitung) melebihi nilai korelasi data (r tabel) yaitu 0,1654. Maka data diatas dapat ditandakan valid.

4.2.1.9 Uji Validitas Variabel *Behavioral Intention*

Tabel 4. 22 Hasil Uji Validitas Variabel *Behavioral Intention*

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
BI1	4,16	,459	,561	,315	.
BI2	4,24	,447	,561	,315	.

Tabel 4. 23 Perbandingan r Hitung dan r Tabel

R Hitung	r Tabel	Keterangan
0,561	0,1654	VALID
0,561	0,1654	VALID

Dari Tabel 4.22 dapat dilihat bahwa hasil pengujian validitas pertanyaan *Behavioral Intention* nilai *CI-TC* (r hitung) melebihi nilai korelasi data (r tabel) yaitu 0,1654. Maka data diatas dapat ditandakan valid.

4.2.1.10 Uji Validitas Variabel *Use Behavior*

Tabel 4. 24 Hasil Uji Validitas Variabel *Use Behavior*

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
UB1	4,41	,366	,772	,597	.
UB2	4,39	,341	,772	,597	.

Tabel 4. 25 Perbandingan r Hitung dan r Tabel

R Hitung	r Tabel	Keterangan
0,772	0,1654	VALID
0,772	0,1654	VALID

Dari Tabel 4.24 dapat dilihat bahwa hasil pengujian validitas pertanyaan *Use Behavior* nilai *CI-TC* (r hitung) melebihi nilai korelasi data (r tabel) yaitu 0,1654. Maka data diatas dapat ditandakan valid.

4.2.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dapat dilihat pada kolom *cronbach alpha*. Jika *cronbach alpha* > 0,60 maka data tersebut dapat dikatakan reliabel.

4.2.2.1 Uji Reliabilitas *Performance Expectancy*

Tabel 4. 26 Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Performance Expectancy*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,704	2

Dari tabel 4.26 bahwa hasil uji reliabilitas terhadap variabel *Performance Expectancy* mendapatkan nilai *cronbach alpha* 0,704 melebihi 0,60. Maka diatas dapat dikatakan reliabel.

4.2.2.2 Uji Reliabilitas *Effort Expentancy*

Tabel 4. 27 Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Effort Expentancy*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,713	2

Dari tabel 4.27 bahwa hasil uji reliabilitas terhadap variabel *Effort Expentancy* mendapatkan nilai *cronbach alpha* 0,713 melebihi 0,60. Maka diatas dapat dikatakan reliabel.

4.2.2.3 Uji Reliabilitas *Social Influence*

Tabel 4. 28 Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Social Influence*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,730	2

Dari tabel 4.28 bahwa hasil uji reliabilitas terhadap variabel *Social Influence* mendapatkan nilai *cronbach alpha* 0,730 melebihi 0,60. Maka diatas dapat dikatakan reliabel.

4.2.2.4 Uji Reliabilitas *Facilitating Conditions*

Tabel 4. 29 Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Facilitating Conditions*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.853	2

Dari tabel 4.29 bahwa hasil uji reliabilitas terhadap variabel *Facilitating Conditions* mendapatkan nilai *cronbach alpha* 0,853 melebihi 0,60. Maka diatas dapat dikatakan reliabel.

4.2.2.5 Uji Reliabilitas *Hedonic Motivation*

Tabel 4. 30 Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Hedonic Motivation*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.811	2

Dari tabel 4.30 bahwa hasil uji reliabilitas terhadap variabel *Hedonic Motivation* mendapatkan nilai *cronbach alpha* 0,811 melebihi 0,60. Maka diatas dapat dikatakan reliabel.

4.2.2.6 Uji Reliabilitas *Price Value*

Tabel 4. 31 Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Price Value*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.869	2

Dari tabel 4.31 bahwa hasil uji reliabilitas terhadap variabel *Price Value* mendapatkan nilai *cronbach alpha* 0,869 melebihi 0,60. Maka diatas dapat dikatakan reliabel.

4.2.2.7 Uji Reliabilitas *Habit*

Tabel 4. 32 Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Habit*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.714	2

Dari tabel 4.32 bahwa hasil uji reliabilitas terhadap variabel *Habit* mendapatkan nilai *cronbach alpha* 0,714 melebihi 0,60. Maka diatas dapat dikatakan reliabel.

4.2.2.8 Uji Reliabilitas *Personal Innovativeness*

Tabel 4. 33 Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Personal Innovativeness*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.863	2

Dari tabel 4.33 bahwa hasil uji reliabilitas terhadap variabel *Personal Innovativeness* mendapatkan nilai *cronbach alpha* 0,863 melebihi 0,60. Maka diatas dapat dikatakan reliabel.

4.2.2.9 Uji Reliabilitas *Behavioral Intention*

Tabel 4. 34 Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Behavioral Intention*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.719	2

Dari tabel 4.34 bahwa hasil uji reliabilitas terhadap variabel *Behavioral Intention* mendapatkan nilai *cronbach alpha* 0,719 melebihi 0,60. Maka diatas dapat dikatakan reliabel.

4.2.2.10 Uji Reliabilitas *Use Behavior*

Tabel 4. 35 Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Use Behavior*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,871	2

Dari tabel 4.35 bahwa hasil uji reliabilitas terhadap variabel *Use Behavior* mendapatkan nilai *cronbach alpha* 0,871 melebihi 0,60. Maka diatas dapat dikatakan reliabel.

4.3 Uji Normalitas dan Uji Linearitas

4.3.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas dipergunakan untuk melihat skor pada seluruh variabel. Data berdistribusi normal apabila skor unggul dari 0,05, jika skor signifikan lebih dari 0,05 maka data dapat dikatakan berdistribusi normal.

Tabel 4. 36 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,43678478
Most Extreme Differences	Absolute	,065
	Positive	,065
	Negative	-,061
Test Statistic		,065
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c, d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Dari Tabel 4.36 menyatakan untuk uji normalitas dengan memasukan semua data variabel yang telah dihitung untuk skor signifikan sebanyak $0,200 > 0,05$. Maka data diatas dinyatakan normal.

4.3.2 Uji Linearitas Terhadap Y1

Ujilinearitas digunakan untuk memeriksa apakah data model yang digunakan sudah benar atau belum. Jika F hitung > F tabel maka terdapat kesalahan spesifikasi model demikian sebaliknya, jika F hitung < F tabel maka model telah dispesifikasi dengan benar. Pada uji linearitas variabel dependen yang digunakan adalah *Behavioral Intention* (Y1) dan variabel independen adalah *Perfomance Expentancy*, *Effort Expentancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, *Hedonic Motivation* dan *Price Value*. Kesimpulan dari pengujian linearitas dapat dilihat pada hasil perhitungan antara *Rsquare old* dan *Rsquare New* pada tabel 4.37 dan 4.38.

Tabel 4. 37 Hasil Linearitas Uji R2 Old Terhadap Y1

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,785 ^a	,616	,583	,768

a. Predictors: (Constant), total_x8, total_x1, total_x3, total_x4, total_x6, total_x2, total_x7, total_x5

b. Dependent Variable: total_y1

Tabel 4. 38 Hasil Linearitas Uji R2 New Terhadap Y1

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,948 ^a	,898	,888	,398

a. Predictors: (Constant), DFFIT, total_x4, total_x6, total_x3, total_x1, total_x8, total_x2, total_x7, total_x5

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	125,762	9	13,974	88,331	,000 ^b
	Residual	14,238	90	,158		
	Total	140,000	99			

a. Dependent Variable: total_y1

b. Predictors: (Constant), DFFIT, total_x4, total_x6, total_x3, total_x1, total_x8, total_x2, total_x7, total_x5

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,126	,421		2,672	,009
total_x1	,039	,057	,030	,675	,501
total_x2	,134	,050	,129	2,669	,009
total_x3	,109	,037	,120	2,922	,004
total_x4	-,067	,044	-,066	-1,519	,132
total_x5	,248	,049	,259	5,066	,000
total_x6	-,028	,038	-,033	-,729	,468
total_x7	,047	,048	,050	,989	,325
total_x8	,408	,044	,433	9,215	,000
DFFIT	6,784	,430	,534	15,794	,000

a. Dependent Variable: total_y1

Pada uji linearitas dapat dilihat bahwa besarnya $R^2_{old} = 0,616$, sementara itu $R^2_{new} = 0,898$, total variabel bebas terbaru masuk adalah 1 yaitu DFF_1 serta total observasi sebesar 100, beserta total parameter K persamaan yaitu 9, kesimpulannya data yang dihasilkan ini dapat dihitung besarnya F hitung dibawah ini :

$$F \text{ Hitung} = \frac{(R_{square \text{ new}} - R_{square \text{ old}})/m}{(1 - R_{square \text{ new}})/(n - k)}$$

$$F \text{ Hitung} = \frac{(0,898 - 0,616)/1}{(1 - 0,898)/(100 - 9)}$$

$$F \text{ Hitung} = \frac{0,282}{(0,102)/(91)}$$

$$F \text{ Hitung} = \frac{0,282}{0,00112088}$$

$$F \text{ Hitung} = 251.588038$$

Sedangkan nilai F tabel pada tabel $v_1=k$ $v_2=n-k-1(9;90)$ dengan persentase kepercayaan 95% =1,99 lihat Lampiran ke 3. Dengan kriteria sebagai berikut $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$, kesimpulan H_0 ditolak yang berarti bentuknya tidak linier.

4.3.3 Uji Linearitas Terhadap Y2

Ujilinearitas digunakan untuk memeriksa apakah data model yang digunakan sudah benar atau belum. Jika $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ maka terdapat

kesalahan spesifikasi model demikian sebaliknya, jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka model telah dispesifikasi dengan benar. Pada uji linearitas variabel dependen yang digunakan adalah *Use Behavior* (Y2) dan variabel independen adalah *Facilitating Conditions*, *Habit*, *Personal Innovativeness* dan *Behavioural Intention*. Kesimpulan dari pengujian linearitas dapat dilihat pada hasil perhitungan antara *Rsquare old* dan *Rsquare New* pada tabel 4.39 dan 4.40.

Tabel 4. 39 Hasil Linearitas Uji R2 Old Terhadap Y2

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,729 ^a	,531	,511	,782

a. Predictors: (Constant), total_y1, total_x4, total_x7, total_x8

b. Dependent Variable: total_y2

Tabel 4. 40 Hasil Linearitas Uji R2 New Terhadap Y2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,945 ^a	,893	,887	,376

a. Predictors: (Constant), DFFIT, total_y1, total_x4, total_x7, total_x8

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	110,723	5	22,145	156,775	,000 ^b
	Residual	13,277	94	,141		
	Total	124,000	99			

a. Dependent Variable: total_y2

b. Predictors: (Constant), DFFIT, total_y1, total_x4, total_x7, total_x8

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,931	,341		5,665	,000
	total_x4	,281	,037	,294	7,603	,000
	total_x7	-,065	,040	-,073	-1,626	,107
	total_x8	,146	,047	,165	3,131	,002
	total_y1	,431	,046	,458	9,314	,000
	DFFIT	14,026	,787	,602	17,825	,000

a. Dependent Variable: total_y2

Pada uji linearitas dapat dilihat bahwa besarnya $R^2_{old} = 0,531$, sementara itu $R^2_{new} = 0,893$, total variabel bebas terbaru masuk adalah 1 yaitu DFF_2 serta total observasi sebesar 100, beserta total parameter K persamaan yaitu 5, kesimpulannya data yang dihasilkan ini dapat dihitung besarnya F hitung dibawah ini :

$$F \text{ Hitung} = \frac{(Rsquare \text{ new} - Rsquare \text{ old})/m}{(1 - Rsquare \text{ new})/(n - k)}$$

$$F \text{ Hitung} = \frac{(0,893 - 0,531)/1}{(1 - 0,893)/(100 - 5)}$$

$$F \text{ Hitung} = \frac{0,362}{(0,107)/(95)}$$

$$F \text{ Hitung} = \frac{0,413}{0,00112631578}$$

$$F \text{ Hitung} = 366,682246075$$

Sedangkan nilai F tabel pada tabel $v_1=k$ $v_2=n-k-1(5;95)$ dengan persentase kepercayaan 95% = 2,31 lihat Lampiran ke 3. F hitung > F tabel , kesimpulan H_0 ditolak yang berarti bentuknya tidak linier.

4.4 Uji Asumsi Klasik

4.4.1 Uji Multikolinearitas Terhadap Y1

Uji Multikolinearitas dilakukan untuk melihat korelasi antar variabel diamati dengan menggunakan model regresi. Jika nilai tolerance variabel independen minimal 0,10 dan skor variance inflation factor (VIF) tidak melebihi 10, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 4. 41 Hasil Uji Multikolinieritas Terhadap Y1

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,928	,813		1,141	,257		
total_x1	,074	,110	,057	,670	,504	,579	1,728
total_x2	,163	,097	,156	1,679	,097	,488	2,051
total_x3	,087	,072	,096	1,206	,231	,671	1,491
total_x4	-,084	,086	-,082	-,977	,331	,595	1,680
total_x5	,252	,094	,263	2,667	,009	,432	2,314
total_x6	-,078	,074	-,091	-1,057	,293	,562	1,779
total_x7	,061	,092	,064	,658	,512	,449	2,226
total_x8	,431	,085	,458	5,045	,000	,512	1,953

a. Dependent Variable: total_y1

Tabel 4.41 menunjukkan bahwa nilai tolerance minimum untuk variabel independen adalah 0,10 dan tidak ada nilai VIF yang melebihi 10. Dari sini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

4.4.2 Uji Multikolinieritas Terhadap Y2

Uji Multikolinieritas dilakukan untuk melihat korelasi antar variabel diamati dengan menggunakan model regresi. Jika nilai tolerance variabel independen minimal 0,10 dan skor variance inflation factor (VIF) tidak melebihi 10, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 4. 42 Hasil Uji Multikolinieritas Terhadap Y2

Coefficients^a

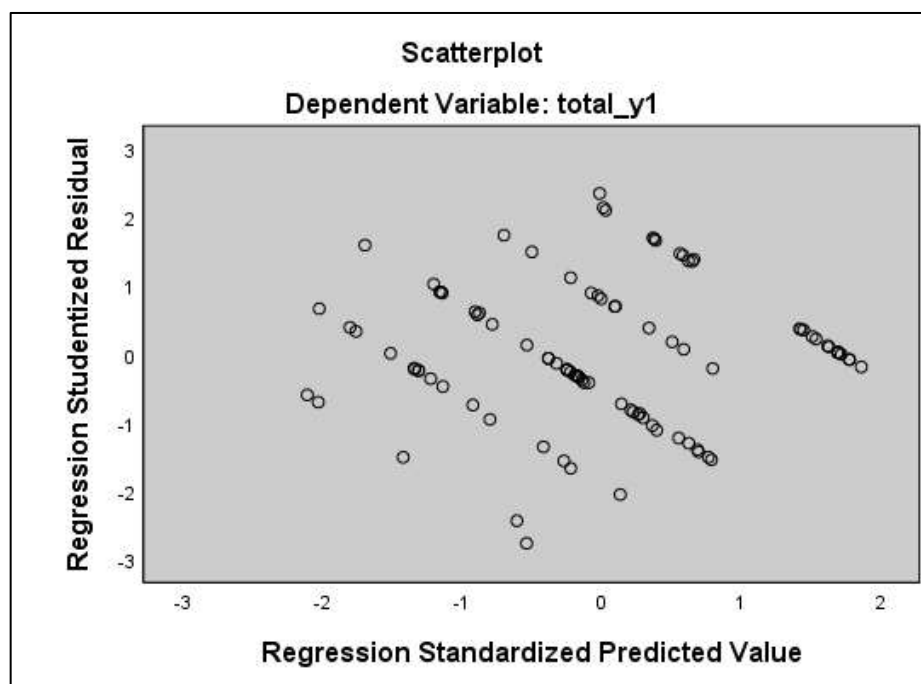
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,865	,710		2,628	,010		
total_x4	,301	,077	,315	3,914	,000	,761	1,314
total_x7	-,076	,083	-,085	-,917	,361	,568	1,761
total_x8	,151	,097	,170	1,550	,124	,409	2,444
total_y1	,427	,096	,453	4,427	,000	,471	2,123

a. Dependent Variable: total_y2

Tabel 4.42 menunjukkan bahwa nilai tolerance minimum untuk variabel independen adalah 0,10 dan tidak ada nilai VIF yang melebihi 10. Dari sini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

4.4.3 Uji Heterokedastisitas Terhadap Y1

Heterokedastisitas membuktikan terjadinya yang membedakan variance residual terhadap suatu periode pengamatan dengan periode pengamatan yang lainnya yakni *Perfomance Expentancy, Effort Expentancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Hedonic Motivation* dan *Price Value*. Cara menduga ada tidaknya heterokedastisitas dapat dilihat dibawah ini.



Gambar 4. 5 Hasil Uji Heterokedastisitas Terhadap Y1

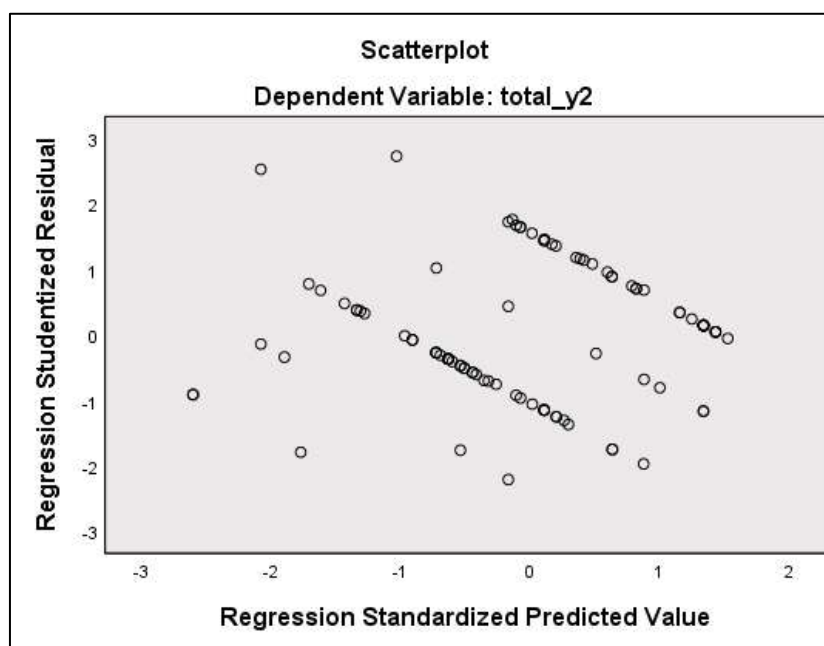
Analisisnya :

1. Tidak ada pola yang jelas berikut contohnya tidak membentuk pola bergelombang atau pola melebar kemudian membentuk pola sempit lalu melebar kembali.
2. Adanya bentuk bulat atau poin yang tersebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu y.

Maka tidak terjadi heterokedastisitas

4.4.4 Uji Heterokedastisitas Terhadap Y2

Heterokedastisitas membuktikan terjadinya yang membedakan variance residual terhadap suatu periode pengamatan dengan periode pengamatan yang lainnya yakni *Facilitating Conditions, Habit, Personal Innovativeness* dan *Behavioural Intention*. Cara menduga ada tidaknya heterokedastisitas dapat dilihat dibawah ini.



Gambar 4. 6 Hasil Uji Heterokedastisitas Terhadap Y2

Analisisnya :

1. Tidak ada pola yang jelas berikut contohnya tidak membentuk pola bergelombang atau pola melebar kemudian membentuk pola sempit lalu melebar kembali.
2. Adanya bentuk bulat atau poin yang tersebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu y.

Maka tidak terjadi heterokedastisitas

4.4.5 Uji Autokorelasi Terhadap Y1

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu dengan variabel yang sebelumnya. Uji

autokorelasi yang membuat perbandingan tabel Durbin Watson (dl dan du). Kriteria jika $du < d$ hitung $< 4 - du$ maka tidak autokorelasi.

Tabel 4. 43 Hasil Uji Autokorelasi Terhadap Y1

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,799 ^a	,638	,606	,746	1,902

a. Predictors: (Constant), total_x8, total_x1, total_x3, total_x4, total_x6, total_x2, total_x7, total_x5

b. Dependent Variable: total_y1

Nilai Durbin Watson (k,n) jadi (8, 100) (k adalah jumlah variabel independen) diperoleh skor du dan dl adalah 1,849 serta 1,506 yang dapat dilihat pada Lampiran 4. Kesimpulannya skor autokorelasi berada diantara $1,849 < 1,902 < 2,151$ yang dapat dilihat pada Lampiran 4. Maka kesimpulannya tidak terjadi autokorelasi.

4.4.6 Uji Autokorelasi Terhadap Y2

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu dengan variabel yang sebelumnya. Uji autokorelasi yang membuat perbandingan tabel Durbin Watson (dl dan du). Kriteria jika $du < d$ hitung $< 4 - du$ maka tidak autokorelasi.

Tabel 4. 44 Hasil Uji Autokorelasi Terhadap Y2

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,729 ^a	,531	,511	,782	2,233

a. Predictors: (Constant), total_y1, total_x4, total_x7, total_x8

b. Dependent Variable: total_y2

Nilai Durbin Watson (k,n) jadi (4, 100) (k adalah jumlah variabel independen) diperoleh skor du dan dl adalah 1,758 serta 1,592 yang dapat dilihat pada Lampiran 4. Kesimpulannya skor autokorelasi berada diantara $1,758 < 2,233 < 2,242$ maka tidak terjadi autokorelasi.

4.5 Pengujian Regresi Linier Berganda GoFood

Pada pengujian analisis regresi linear berganda variabel dependen yang akan dipergunakan akan ada dua yaitu *Behavioural Intention* dan *Use*

Behavior. Pada analisis regresi linear berganda digunakan dengan mengukur besaran pengaruh variabel independen dan variabel dependen. Uji analisis regresi linear berganda dapat dilihat di bawah ini.

Tabel 4. 45 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Terhadap Y1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,928	,813		1,141	,257
	total_x1	,074	,110	,057	,670	,504
	total_x2	,163	,097	,156	1,679	,097
	total_x3	,087	,072	,096	1,206	,231
	total_x4	-,084	,086	-,082	-,977	,331
	total_x5	,252	,094	,263	2,667	,009
	total_x6	-,078	,074	-,091	-1,057	,293
	total_x7	,061	,092	,064	,658	,512
	total_x8	,431	,085	,458	5,045	,000

a. Dependent Variable: total_y1

Berdasarkan Tabel 4.45 hasil pengujian regresi linier berganda dengan SPSS berdasarkan persamaan (2:2) : $Y = 0,900 + 0,074X1 + 0,163X2 + 0,087X3 + (-0,084X4) + 0,252X5 + (-0,078X6) + 0,061 + 0,431$ mengungkapkan bahwa variabel *performance expentancy* (X1) memberikan skor koefisien 0,074 beserta skor signifikansi 0,504, variabel *effort expentancy* (X2) memberikan skor koefisien 0,163 beserta skor signifikansi 0,097, variabel *social influence* (X3) memberikan skor koefisien 0,087 beserta skor signifikansi 0,231, variabel *facilitating conditions* (X4) memberikan skor koefisien -0,084 beserta skor signifikansi 0,331, variabel *hedonic motivation* (X5) memberikan skor koefisien 0,252 beserta skor signifikansi 0,009, variabel *price value* (X6) memberikan skor koefisien -0,078 beserta skor signifikansi 0,293, variabel *habit* (X7) memberikan skor koefisien 0,061 beserta skor signifikansi 0,512, variabel *personal inovativeness* (X8) memberikan skor koefisien 0,431 beserta skor signifikansi 0,000.

Tabel 4. 46 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Terhadap Y2

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,865	,710		2,628	,010
	total_x4	,301	,077	,315	3,914	,000
	total_x7	-,076	,083	-,085	-,917	,361
	total_x8	,151	,097	,170	1,550	,124
	total_y1	,427	,096	,453	4,427	,000

a. Dependent Variable: total_y2

Berdasarkan Tabel 4.46 hasil pengujian regresi linier berganda dengan SPSS berdasarkan (2:2) : $Y = 1,865 + 0,301X4 + (-0,076X7) + 0,151X8 + 0,427Y1$ mengungkapkan bahwa variabel *facilitating conditions* (X4) memberikan skor koefisien 0,301 beserta skor signifikansi 0,000, variabel *habit* (X7) memberikan skor koefisien -0,076 beserta skor signifikansi 0,361, variabel *personal inovativeness* (X8) memberikan skor koefisien 0,151 beserta skor signifikansi 0,124, variabel *Behavioural Intention* (Y1) memberikan skor koefisien 0,427 beserta skor signifikansi 0,000.

4.6 Uji T GoFood

Uji T dilakukan untuk mengkaji pengaruh variabel independen dan variabel dependen, Uji T dilakukan dengan $df = 100 - 2 = 98$ dan signifikansi 5% dari tabel t 0,1654 pada Lampiran 5.

4.6.1 Variabel *Performance Expentancy* Terhadap *Behavioural Intention*

Tabel 4. 47 Hasil Uji T *Performance Expentancy* Terhadap *Behavioural Intention*

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,415	1,029		3,319	,001
	total_x1	,571	,117	,442	4,872	,000

a. Dependent Variable: total_y1

Di Tabel 4.47 menunjukkan skor t hitung untuk variabel *Performance Expentancy* sebanyak 4,872 > tabel t sebanyak 1,654 artinya

dapat disimpulkan H0 ditolak dan H1 diterima berarti *Performance Expentancy* mempunyai pengaruh signifikan terhadap *Behavioural Intention*.

4.6.2 Variabel *Effort Expentancy* Terhadap *Behavioural Intention*

Tabel 4. 48 Hasil Uji T *Effort Expentancy* Terhadap *Behavioural Intention*

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,303	,771		4,285	,000
	total_x2	,583	,087	,559	6,668	,000

a. Dependent Variable: total_y1

Di Tabel4.49 menunjukkan bahwa skor t hitung untuk variabel *Effort Expentancy* sebanyak 6,668 > 1,654 artinya dapat disimpulkan H0 ditolak dan H1 diterima, berarti *Effort Expentancy* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Behavioural Intention*.

4.6.3 Variabel *Social Influence* Terhadap *Behavioural Intention*

Tabel 4. 49 Hasil Uji T *Social Influence* Terhadap *Behavioural Intention*

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,041	,631		7,987	,000
	total_x3	,433	,080	,479	5,396	,000

a. Dependent Variable: total_y1

Di Tabel 4.49 menunjukkan bahwa skor t hitung untuk variabel *Social Influence* sebanyak 5,396 > 1,654 artinya dapat disimpulkan H0 ditolak dan H1 diterima, berarti *Social Influence* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Behavioural Intention*.

4.6.4 Variabel *Facilitating Conditions* Terhadap *Behavioural Intention*

Tabel 4. 50 Hasil Uji T *Facilitating Conditions* Terhadap *Behavioural Intention*

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,686	,858		5,463	,000
	total_x4	,410	,094	,403	4,365	,000

a. Dependent Variable: total_y1

Di Tabel 4.50 menunjukkan bahwa skor t hitung untuk variabel *Facilitating Conditions* sebanyak 4,365 > 1,654 artinya dapat disimpulkan H0 ditolak dan H1 diterima, berarti *Facilitating Conditions* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Behavioural Intention*.

4.6.5 Variabel *Hedonic Motivation* Terhadap *Behavioural Intention*

Tabel 4. 51 Hasil Uji T *Hedonic Motivation* Terhadap *Behavioural Intention*

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,161	,634		4,990	,000
	total_x5	,617	,074	,645	8,356	,000

a. Dependent Variable: total_y1

Di Tabel 4.51 menunjukkan bahwa skor t hitung untuk variabel *Hedonic Motivation* sebanyak 8,356 > 1,654 artinya dapat disimpulkan H0 ditolak dan H1 diterima, berarti *Hedonic Motivation* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Behavioural Intention*.

4.6.6 Variabel *Price Value* Terhadap *Behavioural Intention*

Tabel 4. 52 Hasil Uji T *Price Value* Terhadap *Behavioural Intention*

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,777	,586		9,856	,000
	total_x6	,355	,078	,418	4,554	,000

a. Dependent Variable: total_y1

Di Tabel 4.52 menunjukkan bahwa skor t hitung untuk variabel *Price Value* sebanyak 4,554 > 1,654 artinya dapat disimpulkan H0 ditolak dan H1 diterima, berarti *Price Value* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Behavioural Intention*.

4.6.7 Variabel *Habit* Terhadap *Behavioural Intention*

Tabel 4. 53 Hasil Uji T *Habit* Terhadap *Behavioural Intention*

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,277	,619		6,913	,000
	total_x7	,535	,079	,563	6,751	,000

a. Dependent Variable: total_y1

Di Tabel 4.54 menunjukkan bahwa skor t hitung untuk variabel *Habit* sebanyak 6,751 > 1,654 artinya dapat disimpulkan H0 ditolak dan H1 diterima, berarti *Habit* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Behavioural Intention*.

4.6.8 Variabel *Personal Innovativeness* Terhadap *Behavioural Intention*

Tabel 4. 54 Hasil Uji T *Personal Innovativeness* Terhadap *Behavioural Intention*

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,059	,546		5,606	,000
	total_x8	,666	,067	,707	9,908	,000

a. Dependent Variable: total_y1

Di Tabel 4.55 menunjukkan bahwa skor t hitung untuk variabel *Personal Inovativeness* sebanyak $9,908 > 1,654$ artinya dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_1 diterima, berarti *Personal Inovativeness* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Behavioural Intention*.

4.6.9 Variabel *Facilitating Conditions* Terhadap *Use Behavior*

Tabel 4. 55 Hasil Uji T *Facilitating Conditions* Terhadap *Use Behavior*

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,111	,742		5,542	,000
	total_x4	,518	,081	,541	6,373	,000

a. Dependent Variable: total_y2

Di Tabel 4.55 menunjukkan bahwa skor t hitung untuk variabel *Facilitating Conditons* sebanyak $6,373 > 1,654$ artinya dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_1 diterima, berarti *Facilitating Conditions* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Use Behavior*.

4.6.10 Variabel *Habit* Terhadap *Use Behavior*

Tabel 4. 56 Hasil Uji T *Habit* Terhadap *Use Behavior*

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,018	,645		9,335	,000
	total_x7	,361	,083	,404	4,371	,000

a. Dependent Variable: total_y2

Di Tabel 4.56 menunjukkan bahwa skor t hitung untuk variabel *Habit* sebanyak $4,371 > 1,654$ artinya dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_1 diterima, berarti *Habit* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Use Behavior*.

4.6.11 Variabel *Personal Innovativeness* Terhadap *Use Behavior*

Tabel 4. 57 Hasil Uji T *Personal Innovativeness* Terhadap *Use Behavior*

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,667	,591		7,897	,000
	total_x8	,515	,073	,582	7,078	,000

a. Dependent Variable: total_y2

Di Tabel 4.57 menunjukkan bahwa skor t hitung untuk variabel *Personal Innovativeness* sebanyak 7,073 > 1,654 artinya dapat disimpulkan H0 ditolak dan H1 diterima, berarti *Personal Innovativeness* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Use Behavior*.

4.6.12 Variabel *Behavioural Intention* Terhadap *Use Behavior*

Tabel 4. 58 Hasil Uji T *Behavioural Intention* Terhadap *Use Behavior*

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,640	,611		5,958	,000
	total_y1	,614	,072	,653	8,529	,000

a. Dependent Variable: total_y2

Di Tabel 4.58 menunjukkan bahwa skor t hitung untuk variabel *Behavioural Intention* sebanyak 8,529 > 1,654 artinya dapat disimpulkan H0 ditolak dan H1 diterima, berarti *Behavioural Intention* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Use Behavior*.

4.7 Uji Validitas dan Reliabilitas ShopeeFood

4.7.1 Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan dengan melihat nilai *Corrected-Total Correlation (CI-TC)*. Apabila r hitung ($CI-TC$) > r tabel maka dapat dikatakan valid. Nilai r tabel dapat dilihat pada tabel dimana $df = 100 - 2 = 98$ dan taraf kesalahan 5% maka diperoleh nilai r tabel 0,1654 dapat dilihat pada Lampiran 2.

4.7.1.1 Uji Validitas Variabel *Performance Expentancy*

Tabel 4. 59 Hasil Uji Validitas Variabel *Performance Expentancy*

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PE1	3,94	,564	,577	,333	.
PE2	4,30	,424	,577	,333	.

Tabel 4. 60 Perbandingan r Hitung dan r Tabel

R Hitung	r Tabel	Keterangan
0,577	0,1654	VALID
0,577	0,1654	VALID

Dari Tabel 4.60 dapat dilihat bahwa hasil pengujian validitas pertanyaan *Performance Expentancy* nilai *CI-TC* (r hitung) melebihi nilai korelasi data (r tabel) yaitu 0,1654. Maka data diatas dapat ditandakan valid.

4.7.1.2 Uji Validitas Variabel *Effort Expentancy*

Tabel 4. 61 Hasil Uji Validasi Variabel *Effort Expentancy*

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
EE1	4,23	,452	,686	,470	.
EE2	4,15	,463	,686	,470	.

Tabel 4. 62 Perbandingan Tabel r Hitung dan r Tabel

R Hitung	r Tabel	Keterangan
0,686	0,1654	VALID
0,686	0,1654	VALID

Dari Tabel 4.62 dapat dilihat bahwa hasil pengujian validitas pertanyaan *Effort Expentancy* nilai *CI-TC* (r hitung) melebihi nilai korelasi data (r tabel) yaitu 0,1654. Maka data diatas dapat ditandakan valid.

4.7.1.3 Uji Validitas Variabel *Social Influence*

Tabel 4. 63 Hasil Uji Validitas *Social Influence*

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SI1	3,68	,495	,550	,302	.
SI2	4,00	,463	,550	,302	.

Tabel 4. 64 Perbandingan r Hitung dan r Tabel

R Hitung	r Tabel	Keterangan
0,550	0,1654	VALID
0,550	0,1654	VALID

Dari Tabel 4.63 dapat dilihat bahwa hasil pengujian validitas pertanyaan *Social Influence* nilai *CI-TC* (r hitung) melebihi nilai korelasi data (r tabel) yaitu 0,1654. Maka data diatas dapat ditandakan valid.

4.7.1.4 Uji Validitas Variabel *Facilitating Conditions*

Tabel 4. 65 Hasil Uji Validitas Variabel *Facilitating Conditions*

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
FC1	4,45	,439	,694	,481	.
FC2	4,34	,417	,694	,481	.

Tabel 4. 66 Perbandngan r Hitung dan r Tabel

R Hitung	r Tabel	Keterangan
0,694	0,1654	VALID
0,694	0,1654	VALID

Dari Tabel 4.65 dapat dilihat bahwa hasil pengujian validitas pertanyaan *Facilitating Conditions* nilai *CI-TC* (r hitung) melebihi nilai korelasi data (r tabel) yaitu 0,1654. Maka data diatas dapat ditandakan valid.

4.7.1.5 Uji Validitas Variabel *Hedonic Motivation*

Tabel 4. 67 Hasil Uji Validitas Variabel *Hedonic Motivation*

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
HM1	4,08	,435	,752	,566	.
HM2	4,09	,528	,752	,566	.

Tabel 4. 68 Perbandingan r Hitung dan r Tabel

R Hitung	r Tabel	Keterangan
0,752	0,1654	VALID
0,752	0,1654	VALID

Dari Tabel 4.67 dapat dilihat bahwa hasil pengujian validitas pertanyaan *Hedonic Motivation* nilai *CI-TC* (r hitung) melebihi nilai korelasi data (r tabel) yaitu 0,1654. Maka data diatas dapat ditandakan valid.

4.7.1.6 Uji Validitas Variabel *Price Value*

Tabel 4. 69 Hasil Uji Validitas Variabel *Price Value*

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PV1	3,98	,617	,580	,336	.
PV2	3,92	,589	,580	,336	.

Tabel 4. 70 Perbandingan r Hitung dan r Tabel

R Hitung	r Tabel	Keterangan
0,580	0,1654	VALID
0,580	0,1654	VALID

Dari Tabel 4.69 dapat dilihat bahwa hasil pengujian validitas pertanyaan *Price Value* nilai *CI-TC* (r hitung) melebihi nilai korelasi data (r tabel) yaitu 0,1654. Maka data diatas dapat ditandakan valid.

4.7.1.7 Uji Validitas Variabel *Habit*

Tabel 4. 71 Hasil Uji Validitas Variabel *Habit*

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
H1	3,79	,721	,721	,520	.
H2	4,06	,592	,721	,520	.

Tabel 4. 72 Perbandingan r Hitung dan r Tabel

R Hitung	r Tabel	Keterangan
0,721	0,1654	VALID
0,721	0,1654	VALID

Dari Tabel 4.71 dapat dilihat bahwa hasil pengujian validitas pertanyaan *Habit* nilai *CI-TC* (r hitung) melebihi nilai korelasi data (r tabel) yaitu 0,1654. Maka data diatas dapat ditandakan valid.

4.7.1.8 Uji Validitas Variabel *Personal Innovativeness*

Tabel 4. 73 Hasil Uji Validitas Variabel *Personal Innovativeness*

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PI1	4,13	,511	,823	,677	.
PI2	4,14	,497	,823	,677	.

Tabel 4. 74 Perbandingan r Hitung dan r Tabel

R Hitung	r Tabel	Keterangan
0,823	0,1654	VALID
0,823	0,1654	VALID

Dari Tabel 4.73 dapat dilihat bahwa hasil pengujian validitas pertanyaan *Personal Innovativeness* nilai *CI-TC* (r hitung) melebihi nilai korelasi data (r tabel) yaitu 0,1654. Maka data diatas dapat ditandakan valid.

4.7.1.9 Uji Validitas Variabel *Behavioural Intention*

Tabel 4. 75 Hasil Uji Validitas Variabel *Behavioural Intention*

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
BI1	4,09	,444	,787	,619	.
BI2	4,09	,444	,787	,619	.

Tabel 4. 76 Perbandingan r Hitung dan r Tabel

R Hitung	r Tabel	Keterangan
0,619	0,1654	VALID
0,619	0,1654	VALID

Dari Tabel 4.75 dapat dilihat bahwa hasil pengujian validitas pertanyaan *Behavioral Intention* nilai *CI-TC* (r hitung) melebihi nilai korelasi data (r tabel) yaitu 0,1654. Maka data diatas dapat ditandakan valid.

4.7.1.10 Uji Validitas Variabel *Use Behavior*

Tabel 4. 77 Hasil Uji Validitas Variabel *Use Behavior*

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
UB1	4,25	,442	,866	,749	.
UB2	4,24	,416	,866	,749	.

Tabel 4. 78 Perbandingan r Hitung dan r Tabel

R Hitung	r Tabel	Keterangan
0,866	0,1654	VALID
0,866	0,1654	VALID

Dari Tabel 4.77 dapat dilihat bahwa hasil pengujian validitas pertanyaan *Use Behavior* nilai *CI-TC* (r hitung) melebihi nilai korelasi data (r tabel) yaitu 0,1654. Maka data diatas dapat ditandakan valid.

4.7.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dapat dilihat pada kolom *cronbach alpha*. Jika *cronbach alpha* > 0,60 maka data tersebut dapat dikatakan reliabel.

4.7.2.1 Uji Reliabilitas Variabel *Performance Expectancy*

Tabel 4. 79 Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Performance Expectancy*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,727	2

Dari tabel 4.79 bahwa hasil uji reliabilitas terhadap variabel *Performance Expectancy* mendapatkan nilai *cronbach alpha* 0,727 melebihi 0,60. Maka diatas dapat dikatakan reliabel.

4.7.2.2 Uji Reliabilitas Variabel *Effort Expectancy*

Tabel 4. 80 Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Effort Expectancy*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,813	2

Dari tabel 4.80 bahwa hasil uji reliabilitas terhadap variabel *Effort Expectancy* mendapatkan nilai *cronbach alpha* 0,713 melebihi 0,60. Maka diatas dapat dikatakan reliabel.

4.7.2.3 Uji Reliabilitas Variabel *Social Influence*

Tabel 4. 81 Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Social Influence*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,709	2

Dari tabel 4.81 bahwa hasil uji reliabilitas terhadap variabel *Social Influence* mendapatkan nilai *cronbach alpha* 0,709 melebihi 0,60. Maka diatas dapat dikatakan reliabel.

4.7.2.4 Uji Reliabilitas Variabel *Facilitating Conditions*

Tabel 4. 82 Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Facilitating Conditions*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,819	2

Dari tabel 4.82 bahwa hasil uji reliabilitas terhadap variabel *Facilitating Conditions* mendapatkan nilai *cronbach alpha* 0,819 melebihi 0,60. Maka diatas dapat dikatakan reliabel.

4.7.2.5 Uji Reliabilitas Variabel *Hedonic Motivaton*

Tabel 4. 83 Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Hedonic Motivaton*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,856	2

Dari tabel 4.83 bahwa hasil uji reliabilitas terhadap variabel *Hedonic Motivation* mendapatkan nilai *cronbach alpha* 0,856 melebihi 0,60. Maka diatas dapat dikatakan reliabel.

4.7.2.6 Uji Reliabilitas Variabel *Price Value*

Tabel 4. 84 Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Price Value*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,734	2

Dari tabel 4.84 bahwa hasil uji reliabilitas terhadap variabel *Price Value* mendapatkan nilai *cronbach alpha* 0,734 melebihi 0,60. Maka diatas dapat dikatakan reliabel.

4.7.2.7 Uji Reliabilitas Variabel *Habit*

Tabel 4. 85 Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Habit*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,835	2

Dari tabel 4.85 bahwa hasil uji reliabilitas terhadap variabel *Habit* mendapatkan nilai *cronbach alpha* 0,835 melebihi 0,60. Maka diatas dapat dikatakan reliabel.

4.7.2.8 Uji Reliabilitas Variabel *Personal Innovativeness*

Tabel 4. 86 Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Personal Innovativeness*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,903	2

Dari tabel 4.86 bahwa hasil uji reliabilitas terhadap variabel *Personal Innovativeness* mendapatkan nilai *cronbach alpha* 0,903 melebihi 0,60. Maka diatas dapat dikatakan reliabel.

4.7.2.9 Uji Reliabilitas Variabel *Behavioural Intention*

Tabel 4. 87 Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Behavioural Intention*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,880	2

Dari tabel 4.87 bahwa hasil uji reliabilitas terhadap variabel *Behavioral Intention* mendapatkan nilai *cronbach alpha* 0,880 melebihi 0,60. Maka diatas dapat dikatakan reliabel.

4.7.2.10 Uji Reliabilitas Variabel *Use Behavior*

Tabel 4. 88 Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Use Behavior*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,928	2

Dari tabel 4.88 bahwa hasil uji reliabilitas terhadap variabel *Use Behavior* mendapatkan nilai *cronbach alpha* 0,928 melebihi 0,60. Maka diatas dapat dikatakan reliabel.

4.8 Uji Normalitas dan Linearitas ShopeeFood

4.8.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas dipergunakan untuk melihat skor pada seluruh variabel. Data berdistribusi normal apabila skor unggul dari 0,05, jika skor signifikan lebih dari 0,05 maka data dapat dikatakan berdistribusi normal.

Tabel 4. 89 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,33158303
Most Extreme Differences	Absolute	,068
	Positive	,057
	Negative	-,068
Test Statistic		,068
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Dari Tabel 4.89 menyatakan untuk uji normalitas dengan memasukan semua data variabel yang telah dihitung untukskor signifikan sebesar $0,06 > 0,05$. Maka data diatas dinyatakan terdistribusi normal.

4.8.2 Uji Linearitas Terhadap Y1

Ujilinearitas digunakan untuk memeriksa apakah data model yang digunakan sudah benar atau belum. Jika F hitung > F tabel maka terdapat kesalahan spesifikasi model demikian sebaliknya, jika F hitung < F tabel maka model telah dispesifikasi dengan benar. Pada uji linearitas variabel dependen yang digunakan adalah *Behavioral Intention* (Y1) dan variabel independen adalah *Perfomance Expentancy*, *Effort Expentancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, *Hedonic Motivation* dan *Price Value*. Kesimpulan dari pengujian linearitas dapat dilihat pada hasil perhitungan antara *Rsquare Old* dan *Rsquare New* pada tabel 4.90 dan 4.91.

Tabel 4. 90 Hasil Uji Linearitas R2 Old Terhadap Y1

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,870 ^a	,756	,735	,650

a. Predictors: (Constant), total_x8, total_x6, total_x4, total_x3, total_x1, total_x7, total_x5, total_x2

b. Dependent Variable: total_y1

Tabel 4. 91 Hasil Uji Linearitas R2 New Terhadap Y1

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,979 ^a	,958	,954	,271

a. Predictors: (Constant), DFFIT, total_x5, total_x4, total_x3, total_x6, total_x1, total_x7, total_x2, total_x8

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	151,123	9	16,791	229,425	,000 ^b
	Residual	6,587	90	,073		
	Total	157,710	99			

a. Dependent Variable: total_y1

b. Predictors: (Constant), DFFIT, total_x5, total_x4, total_x3, total_x6, total_x1, total_x7, total_x2, total_x8

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,267	,249		1,070	,288
total_x1	-,086	,033	-,085	-2,604	,011
total_x2	,351	,041	,342	8,662	,000
total_x3	,133	,029	,128	4,563	,000
total_x4	-,015	,030	-,014	-,496	,621
total_x5	,181	,035	,186	5,219	,000
total_x6	,083	,024	,096	3,442	,001
total_x7	,211	,029	,262	7,310	,000
total_x8	,129	,039	,136	3,334	,001
DFFIT	7,270	,348	,457	20,860	,000

a. Dependent Variable: total_y1

Pada Uji Linearitas dapat dilihat bahwa besarnya $R^2_{Old} = 0,756$, sementara itu $R^2_{New} = 0,958$ total variabel bebas terbaru masuk adalah 1 yakni DFF_1 serta total observasi sebesar 100, beserta total parameter K persamaan yakni 9, Kesimpulannya data yang dihasilkan ini dapat dihitung besarnya F hitung di bawah ini :

$$F \text{ Hitung} = \frac{(R_{square \text{ new}} - R_{square \text{ old}})/m}{(1 - R_{square \text{ new}})/(n - k)}$$

$$F \text{ Hitung} = \frac{(0,958 - 0,756)/1}{(1 - 0,958)/(100 - 9)}$$

$$F \text{ Hitung} = \frac{0,202}{(0,042)/(91)}$$

$$F \text{ Hitung} = \frac{0,202}{0,00046154}$$

$$F \text{ Hitung} = 43.7665208$$

4.8.3 Uji Linearitas Terhadap Y2

Uji linearitas digunakan untuk memeriksa apakah data model yang digunakan sudah benar atau belum. Jika $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ maka terdapat kesalahan spesifikasi model demikian sebaliknya, jika $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$ maka model telah dispesifikasi dengan benar. Pada uji linearitas variabel dependen yang digunakan adalah *Use Behavior* (Y2) dan variabel independen adalah *Facilitating Conditions, Habit, Personal Innovativeness*

dan *Behavioural Intention*. Kesimpulan dari pengujian linearitas dapat dilihat pada hasil perhitungan antara *Rsquare Old* dan *Rsquare New* pada tabel 4.93 dan 4.94.

Tabel 4.93 Hasil Uji Linearitas R^2_{Old} Terhadap Y_2

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,813 ^a	,660	,646	,749

a. Predictors: (Constant), total_y1, total_x4, total_x8, total_x7

b. Dependent Variable: total_y2

Tabel 4.94 Hasil Uji Linearitas R^2_{New} Terhadap Y_2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,949 ^a	,900	,895	,408

a. Predictors: (Constant), DFFIT, total_x8, total_x4, total_x7, total_y1

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	141,310	5	28,262	169,747	,000 ^b
	Residual	15,650	94	,166		
	Total	156,960	99			

a. Dependent Variable: total_y2

b. Predictors: (Constant), DFFIT, total_x8, total_x4, total_x7, total_y1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,856	,338		2,530	,013
	total_x4	,326	,042	,310	7,794	,000
	total_x7	,125	,046	,156	2,731	,008
	total_x8	,028	,054	,030	,528	,598
	total_y1	,430	,058	,431	7,357	,000
	DFFIT	10,029	,667	,495	15,044	,000

a. Dependent Variable: total_y2

Pada Uji Linearitas dapat dilihat bahwa besarnya $R^2_{Old} = 0,660$, sementara itu $R^2_{New} = 0,900$ total variabel bebas terbaru masuk adalah 1 yakni DFF_1 serta total observasi sebesar 100, beserta total parameter K persamaan yakni 5, Kesimpulannya data yang dihasilkan ini dapat dihitung besarnya F hitung di bawah ini :

$$F \text{ Hitung} = \frac{(R^2_{new} - R^2_{old})/m}{(1 - R^2_{new})/(n - k)}$$

$$F \text{ Hitung} = \frac{(0,900 - 0,660)/1}{(1 - 0,900)/(100 - 5)}$$

$$F \text{ Hitung} = \frac{0,24}{(0,1)/(95)}$$

$$F \text{ Hitung} = \frac{0,24}{0,00105263}$$

$$F \text{ Hitung} = 228,000342$$

4.9 Uji Asumsi Klasik

4.9.1 Uji Multikolinieritas Terhadap Y1

Uji Multikolinieritas dilakukan untuk melihat korelasi antar variabel diamati dengan menggunakan model regresi. Jika nilai tolerance variabel independen minimal 0,10 dan skor variance inflation factor (VIF) tidak melebihi 10, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 4.95 Hasil Uji Multikolinieritas Terhadap Y1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,730	,597		1,223	,224		
	total_x1	-,080	,079	-,078	-1,002	,319	,439	2,279
	total_x2	,273	,097	,266	2,812	,006	,300	3,335
	total_x3	,123	,070	,119	1,759	,082	,588	1,701
	total_x4	-,031	,072	-,030	-,439	,662	,582	1,719
	total_x5	,208	,083	,214	2,502	,014	,364	2,744
	total_x6	,039	,058	,045	,669	,505	,602	1,661
	total_x7	,287	,069	,357	4,184	,000	,368	2,720
	total_x8	,112	,093	,119	1,208	,230	,278	3,602

a. Dependent Variable: total_y1

Tabel 4.95 menunjukkan bahwa nilai tolerance minimum untuk variabel independen adalah 0,10 dan tidak ada nilai VIF yang melebihi 10. Dari sini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

4.9.2 Uji Multikolinearitas Terhadap Y2

Uji Multikolinearitas dilakukan untuk melihat korelasi antar variabel diamati dengan menggunakan model regresi. Jika nilai tolerance variabel independen minimal 0,10 dan skor variance inflation factor (VIF) tidak melebihi 10, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas

Tabel 4.96 Hasil Uji Multikolinearitas Terhadap Y2

Coefficients^a

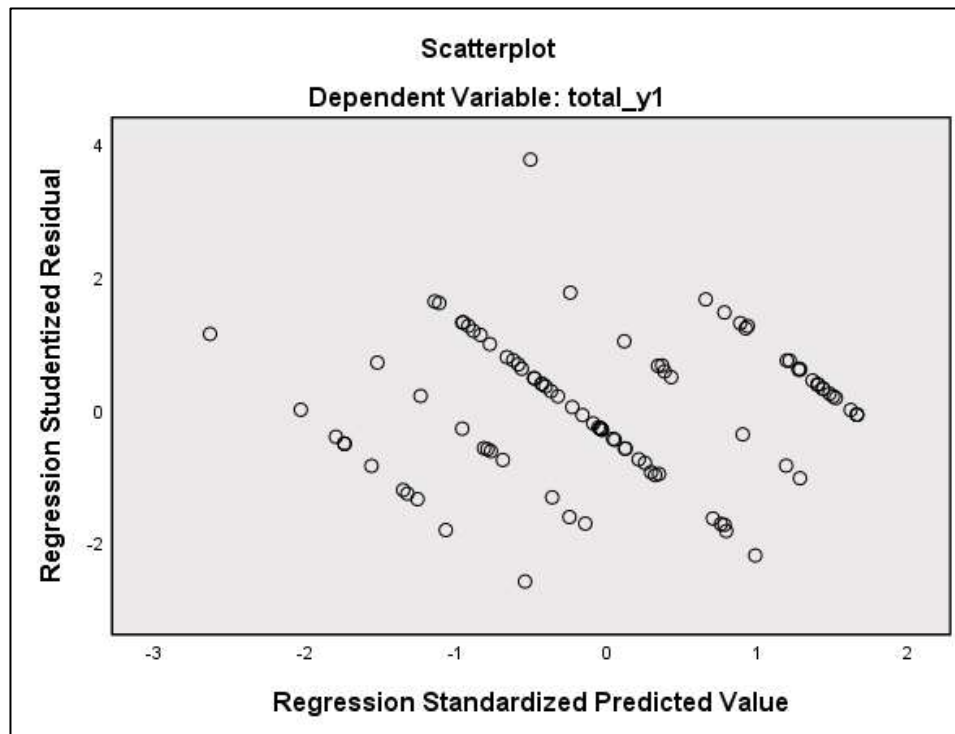
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,806	,621		1,298	,198		
	total_x4	,276	,077	,262	3,605	,000	,675	1,48
	total_x7	,119	,084	,148	1,408	,162	,325	3,08
	total_x8	,008	,099	,009	,083	,934	,326	3,07
	total_y1	,521	,107	,522	4,881	,000	,312	3,20

a. Dependent Variable: total_y2

Tabel 4.96 menunjukkan bahwa nilai tolerance minimum untuk variabel independen adalah 0,10 dan tidak ada nilai VIF yang melebihi 10. Dari sini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

4.9.3 Uji Heterokedastisitas Terhadap Y1

Heterokedastisitas membuktikan terjadinya yang membedakan variance residual terhadap suatu periode pengamatan dengan periode pengamatan yang lainnya yakni *Perfomance Expentancy, Effort Expentancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Hedonic Motivation* dan *Price Value*. Cara menduga ada tidaknya heterokedastisitas dapat dilihat dibawah ini.



Gambar 4. 7 Hasil Uji Heterokedastisitas Terhadap Y1

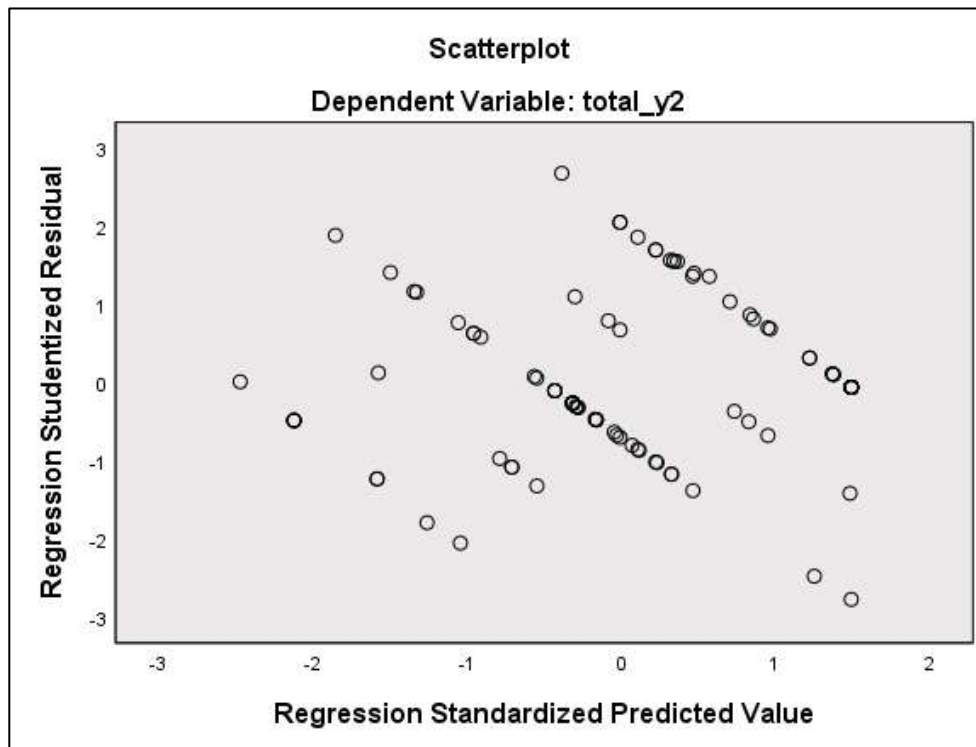
Analisisnya :

1. Tidak ada pola yang jelas berikut contohnya tidak membentuk pola bergelombang atau pola melebar kemudian membentuk pola sempit lalu melebar kembali.
2. Adanya bentuk bulat atau poin yang tersebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu y.

Maka tidak terjadi heterokedastisitas

4.9.4 Uji Heterokedastisitas Terhadap Y2

Heterokedastisitas membuktikan terjadinya yang membedakan variance residual terhadap suatu periode pengamatan dengan periode pengamatan yang lainnya yakni *Facilitating Conditions, Habit, Personal Innovativeness* dan *Behavioural Intention*. Cara menduga ada tidaknya heterokedastisitas dapat dilihat dibawah ini.



Gambar 4. 8 Hasil Uj Heterokedastisitas Terhadap Y2

Analisisnya :

1. Tidak ada pola yang jelas berikut contohnya tidak membentuk pola bergelombang atau pola melebar kemudian membentuk pola sempit lalu melebar kembali.
2. Adanya bentuk bulat atau poin yang tersebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu y.

Maka tidak terjadi heterokedastisitas

4.9.5 Uji Autokorelasi Terhadap Y1

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu dengan variabel yang sebelumnya. Uji autokorelasi yang membuat perbandingan tabel durbin watson (dl dan du). Kriteria jika $du < d_{hitung} < 4-du$ maka tidak autokorelasi.

Tabel 4.97 Hasil Uji Autokorelasi Terhadap Y1

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,870 ^a	,756	,735	,650	2,110

a. Predictors: (Constant), total_x8, total_x6, total_x4, total_x3, total_x1, total_x7, total_x5, total_x2

b. Dependent Variable: total_y1

Nilai durbin watson (k,n) jadi (8, 100) (k adalah jumlah variabel independen) diperoleh skor du dan dl adalah 1,849 serta 1,506 yang dapat dilihat pada Lampiran 4. Kesimpulannya skor autokorelasi berada diantara $1,849 < 2,110 < 2,151$ yang dapat dilihat pada Lampiran 4. Maka tidak terjadi autokorelasi.

4.9.6 Uji Autokorelasi Terhadap Y2

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu dengan variabel yang sebelumnya. Uji autokorelasi yang membuat perbandingan tabel durbin watson (dl dan du). Kriteria jika $du < d$ hitung $< 4-du$ maka tidak autokorelasi.

Tabel 4.98 Hasil Uji Autokorelasi Terhadap Y2

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,813 ^a	,660	,646	,749	1,857

a. Predictors: (Constant), total_y1, total_x4, total_x8, total_x7

b. Dependent Variable: total_y2

Nilai durbin watson (k,n) jadi (4, 100) (k adalah jumlah variabel independen) diperoleh skor du dan dl adalah 1,758 serta 1,592 yang dapat dilihat pada Lampiran 4. Kesimpulannya skor autokorelasi berada diantara $1,758 < 1,857 < 2,242$ maka tidak ada korelasi negatif atau tidak terjadi autokorelasi.

4.10 Pengujian Regresi Linear Berganda

Pada pengujian analisis regresi linear berganda variabel dependen yang akan dipergunakan akan ada dua yaitu *Behavioural Intention* dan *Use Behavior*. Pada analisis regresi linear berganda digunakan dengan mengukur besaran pengaruh variabel independen dan variabel dependen. Uji analisis regresi linear berganda dapat dilihat di bawah ini.

Tabel 4.99 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Terhadap Y1

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,730	,597		1,223	,224
total_x1	-,080	,079	-,078	-1,002	,319
total_x2	,273	,097	,266	2,812	,006
total_x3	,123	,070	,119	1,759	,082
total_x4	-,031	,072	-,030	-,439	,662
total_x5	,208	,083	,214	2,502	,014
total_x6	,039	,058	,045	,669	,505
total_x7	,287	,069	,357	4,184	,000
total_x8	,112	,093	,119	1,208	,230

a. Dependent Variable: total_y1

Berdasarkan Tabel 4.45 hasil pengujian regresi linier berganda dengan SPSS berdasarkan persamaan (2:2) : $Y = 0,730 + (-0,080X1) + 0,273X2 + 0,123X3 + (-0,031X4) + 0,208X5 + 0,039X6 + 0,287 + 0,112$ mengungkapkan bahwa variabel *performance expentancy* (X1) memberikan skor koefisien -0,080 beserta skor signifikansi 0,319, variabel *effort expentancy* (X2) memberikan skor koefisien 0,273 beserta skor signifikansi 0,006, variabel *social influence* (X3) memberikan skor koefisien 0,123 beserta skor signifikansi 0,082, variabel *facilitating conditions* (X4) memberikan skor koefisien -0,031 beserta skor signifikansi 0,662, variabel *hedonic motivation* (X5) memberikan skor koefisien 0,208 beserta skor signifikansi 0,014, variabel *price value* (X6) memberikan skor koefisien -0,039 beserta skor signifikansi 0,505, variabel *habit* (X7) memberikan skor

koefisien 0,287 beserta skor signifikansi 0,000, variabel *personal inovativeness* (X8) memberikan skor koefisien 0,112 beserta skor signifikansi 0,230.

Tabel 4.100 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Terhadap Y2

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,806	,621		1,298	,198
	total_x4	,276	,077	,262	3,605	,000
	total_x7	,119	,084	,148	1,408	,162
	total_x8	,008	,099	,009	,083	,934
	total_y1	,521	,107	,522	4,881	,000

a. Dependent Variable: total_y2

Berdasarkan Tabel 4.47 hasil pengujian regresi linier berganda dengan SPSS berdasarkan (2:2) : $Y = 1,806 + 0,276X4 + 0,119X7 + 0,008X8 + 0,521Y1$ mengungkapkan bahwa variabel *facilitating conditions* (X4) memberikan skor koefisien 0,276 beserta skor signifikansi 0,198, variabel *habit* (X7) memberikan skor koefisien 0,119 beserta skor signifikansi 0,000, variabel *personal inovativeness* (X8) memberikan skor koefisien 0,008 beserta skor signifikansi 0,934, variabel *Behavioural Intention* (Y1) memberikan skor koefisien 0,521 beserta skor signifikansi 0,000.

4.11 Uji T ShopeeFood

Uji T dilakukan untuk mengkaji pengaruh variabel independen dan variabel dependen, Uji T dilakukan dengan $df = 100 - 2 = 98$ dan signifikansi 5% dari tabel t 0,1654 pada Lampiran 5.

4.11.1 Variabel *Performance Expentancy* Terhadap *Behavioural Intention*

Tabel 4.101 Hasil Uji T Variabel *Performance Expentancy* Terhadap *Behavioural Intention*

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,410	,701		4,867	,000
	total_x1	,584	,084	,575	6,958	,000

a. Dependent Variable: total_y1

Di Tabel 4.101 menunjukkan skor t hitung untuk variabel *Performance Expentancy* sebanyak 6,958 > tabel t sebanyak 1,654 artinya dapat disimpulkan H0 ditolak dan H1 diterima berarti *Performance Expentancy* mempunyai pengaruh signifikan terhadap *Behavioural Intention*.

4.11.2 Variabel *Effort Expentancy* Terhadap *Behavioural Intention*

Tabel 4.102 Variabel *Effort Expentancy* Terhadap *Behavioural Intention*

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,940	,599		3,236	,002
	total_x2	,751	,071	,731	10,603	,000

a. Dependent Variable: total_y1

Di Tabel 4.102 menunjukkan bahwa skor t hitung untuk variabel *Effort Expentancy* sebanyak 10.603 > 1,654 artinya dapat disimpulkan H0 ditolak dan H1 diterima, berarti *Effort Expentancy* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Behavioural Intention*.

4.11.3 Variabel *Social Influence* Terhadap *Behavioural Intention*

Tabel 4.103 Hasil Uji Variabel *Social Influence* Terhadap *Behavioural Intention*

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,627	,668		5,433	,000
	total_x3	,599	,086	,576	6,979	,000

a. Dependent Variable: total_y1

Di Tabel 4.49 menunjukkan bahwa skor t hitung untuk variabel *Social Influence* sebanyak $5,396 > 1,654$ artinya dapat disimpulkan H0 ditolak dan H1 diterima, berarti *Social Influence* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Behavioural Intention*.

4.11.4 Variabel *Facilitating Conditions* Terhadap *Behavioural Intention*

Tabel 4.104 Hasil Uji Variabel *Facilitating Conditions* Terhadap *Behavioural Intention*

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,855	,834		4,625	,000
	total_x4	,497	,094	,472	5,297	,000

a. Dependent Variable: total_y1

Di Tabel 4.11.4 menunjukkan bahwa skor t hitung untuk variabel *Facilitating Conditions* sebanyak $5,297 > 1,654$ artinya dapat disimpulkan H0 ditolak dan H1 diterima, berarti *Facilitating Conditions* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Behavioural Intention*.

4.11.5 Variabel *Hedonic Motivation* Terhadap *Behavioural Intention*

Tabel 4.105 Hasil Uji T Variabel *Hedonic Motivation* Terhadap *Behavioural Intention*

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,381	,556		4,284	,000
	total_x5	,712	,067	,733	10,653	,000

a. Dependent Variable: total_y1

Di Tabel 4.105 menunjukkan bahwa skor t hitung untuk variabel *Hedonic Motivation* sebanyak $10,653 > 1,654$ artinya dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_1 diterima, berarti *Hedonic Motivation* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Behavioural Intention*.

4.11.6 Variabel *Price Value* Terhadap *Behavioural Intention*

Tabel 4.106 Hasil Uji T Variabel *Price Value* Terhadap *Behavioural Intention*

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,589	,586		7,834	,000
	total_x6	,466	,074	,538	6,323	,000

a. Dependent Variable: total_y1

Di Tabel 4.106 menunjukkan bahwa skor t hitung untuk variabel *Price Value* sebanyak $6,323 > 1,654$ artinya dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_1 diterima, berarti *Price Value* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Behavioural Intention*.

4.11.7 Variabel *Habit* Terhadap *Behavioural Intention*

Tabel 4.107 Hasil Uji Variabel *Habit* Terhadap *Behavioural Intention*

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,249	,399		8,142	,000
	total_x7	,635	,050	,789	12,731	,000

a. Dependent Variable: total_y1

Di Tabel 4.107 menunjukkan bahwa skor t hitung untuk variabel *Habit* sebanyak $12,731 > 1,654$ artinya dapat disimpulkan H0 ditolak dan H1 diterima, berarti *Habit* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Behavioural Intention*.

4.11.8 Variabel *Personal Innovativeness* Terhadap *Behavioural Intention*

Tabel 4.108 Hasil Uji T Variabel *Personal Innovativeness* Terhadap *Behavioural Intention*

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,310	,525		4,399	,000
	total_x8	,716	,063	,756	11,421	,000

a. Dependent Variable: total_y1

Di Tabel 4.108 menunjukkan bahwa skor t hitung untuk variabel *Personal Inovativeness* sebanyak $11,421 > 1,654$ artinya dapat disimpulkan H0 ditolak dan H1 diterima, berarti *Personal Inovativeness* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Behavioural Intention*.

4.11.9 Variabel *Facilitating Conditions* Terhadap *Use Behavior*

Tabel 4.109 Hasil Uji Variabel *Facilitating Conditions* Terhadap *Use Behavior*

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,166	,769		4,116	,000
	total_x4	,608	,087	,579	7,025	,000

a. Dependent Variable: total_y2

Di Tabel 4.109 menunjukkan bahwa skor t hitung untuk variabel *Facilitating Conditions* sebanyak $7,025 > 1,654$ artinya dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_1 diterima, berarti *Facilitating Conditions* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Use Behavior*.

4.11.10 Variabel *Habit* Terhadap *Use Behavior*

Tabel 4.110 Hasil Uji T Variabel *Habit* Terhadap *Use Behavior*

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,226	,474		8,913	,000
	total_x7	,548	,059	,682	9,232	,000

a. Dependent Variable: total_y2

Di Tabel 4.110 menunjukkan bahwa skor t hitung untuk variabel *Habit* sebanyak $9,323 > 1,654$ artinya dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_1 diterima, berarti *Habit* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Use Behavior*.

4.11.11 Variabel *Personal Innovativeness* Terhadap *Use Behavior*

Tabel 4.111 Hasil Uji T Variabel *Personal Innovativeness* Terhadap *Use Behavior*

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,345	,599		5,581	,000
	total_x8	,626	,072	,662	8,747	,000

a. Dependent Variable: total_y2

Di Tabel 4.111 menunjukkan bahwa skor t hitung untuk variabel *Personal Innovativeness* sebanyak $7,073 > 1,654$ artinya dapat disimpulkan H0 ditolak dan H1 diterima, berarti *Personal Innovativeness* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Use Behavior*.

4.11.12 Variabel *Behavioural Intention* Terhadap *Use Behavior*

Tabel 4.112 Hasil Uji T Variabel *Behavioural Intention* Terhadap *Use Behavior*

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,204	,536		4,111	,000
	total_y1	,767	,064	,769	11,921	,000

a. Dependent Variable: total_y2

Di Tabel 4.112 menunjukkan bahwa skor t hitung untuk variabel *Behavioural Intention* sebanyak $11,921 > 1,654$ artinya dapat disimpulkan H0 ditolak dan H1 diterima, berarti *Behavioural Intention* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Use Behavior*.

Hasil perbandingan hipotesis antara GoFood dan ShopeeFood dapat dilihat pada Tabel 4.92 sebagai berikut :

Tabel 4. 92 Perbandingan Hasil Hipotesis GoFood dan ShopeeFood

No	Hipotesis	GoFood	Hipotesis	ShopeeFood
1	H1 diterima	<i>Performance Expentancy</i> mempunyai pengaruh signifikan terhadap <i>Behavioural Intention</i> .	H1 diterima	<i>Performance Expentancy</i> mempunyai pengaruh signifikan terhadap <i>Behavioural Intention</i> .
2	H2 diterima	<i>Effort Expentancy</i> mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap <i>Behavioural Intention</i> .	H2 diterima	<i>Effort Expentancy</i> mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap <i>Behavioural Intention</i> .
3	H3 diterima	<i>Social Influence</i> mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap <i>Behavioural Intention</i> .	H3 diterima	<i>Social Influence</i> mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap <i>Behavioural Intention</i> .
4	H4 diterima	<i>Facilitating Conditions</i> mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap <i>Behavioural Intention</i> .	H4 diterima	<i>Facilitating Conditions</i> mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap <i>Behavioural Intention</i> .
5	H5 diterima	<i>Hedonic Motivation</i> mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap <i>Behavioural Intention</i> .	H5 diterima	<i>Hedonic Motivation</i> mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap <i>Behavioural Intention</i> .
6	H6 diterima	<i>Price Value</i> mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap <i>Behavioural Intention</i> .	H6 diterima	<i>Price Value</i> mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap <i>Behavioural Intention</i> .
7	H7 diterima	<i>Habit</i> mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap <i>Behavioural Intention</i> .	H7 diterima	<i>Habit</i> mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap <i>Behavioural Intention</i> .
8	H8 diterima	<i>Personal Inovativeness</i> mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap <i>Behavioural Intention</i> .	H8 diterima	<i>Personal Inovativeness</i> mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap <i>Behavioural Intention</i> .
9	H9 diterima	<i>Facilitating Conditions</i> mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap <i>Use Behavior</i> .	H9 diterima	<i>Facilitating Conditions</i> mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap <i>Use Behavior</i> .
10	H10 diterima	<i>Habit</i> mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap <i>Use Behavior</i> .	H10 diterima	<i>Habit</i> mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap <i>Use Behavior</i> .

Tabel 4.92 Hasil Perbandingan Hipotesis GoFood dan ShopeeFood (Lanjutan)

No.	Hipotesis	GoFood	Hipotesis	ShopeeFood
11	H11 diterima	<i>Personal Innovativeness</i> mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap <i>Use Behavior</i> .	H11 diterima	<i>Personal Innovativeness</i> mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap <i>Use Behavior</i> .
12	H12 diterima	<i>Behavioural Intention</i> mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap <i>Use Behavior</i> .	H12 diterima	<i>Behavioural Intention</i> mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap <i>Use Behavior</i> .

Dari hasil perbandingan antara *GoFood* dan *ShopeeFood* pada Tabel 4.92 dapat disimpulkan bahwa.

1. *Performance Expectancy* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Behavioural Intention* pada OFD *GoFood* dan *ShopeeFood*. Ventakes et al (2003) mendefinisikan bahwa *Performance Expectancy* atau kinerja harapan sebagai tingkat dimana seseorang individu percaya bahwa dengan menggunakan sistem akan membantu dia dalam memperoleh keuntungan dalam kinerja.
2. *Effort Expectancy* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Behavioural Intention* pada OFD *GoFood* dan *ShopeeFood*. Ventakes et al (2003) menjelaskan bahwa *Effort Expectancy* atau harapan usaha merupakan tingkat kemudahan yang dirasakan seorang individu terkait dengan penggunaan sistem.
3. *Social Influence* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Behavioural Intention* pada OFD *GoFood* dan *ShopeeFood*. Ventakes et al (2003) mengartikan bahwa *Social Influence* atau pengaruh sosial adalah usaha yang dilakukan oleh seorang individu atau lebih didalam mengubah sebuah kepercayaan, persepsi dan tingkah laku orang lain.
4. *Facilitating Conditions* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Behavioural Intention* pada *GoFood* dan *ShopeeFood*. Penelitian terdahulu yang membuktikan hipotesis ini adalah penelitian yang dilakukan oleh (Putra & Ariyanti, 2014), (Trojanowski & Kulak, 2017), (Handayani, 2007), (Tarhini et al., 2016). Penelitian terdahulu tersebut juga menemukan pengaruh yang signifikan antara *facilitating*

condition dengan behavior intention. Hasil ini memungkinkan karena responden memiliki perangkat teknis yang mendukung seperti smartphone, juga memiliki pengetahuan yang cukup untuk menggunakan aplikasi dari GoFood dan ShopeeFood. *Facilitating Conditions* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Use Behavior* pada GoFood dan ShopeeFood.

5. *Hedonic Motivation* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Behavioural Intention* pada GoFood dan ShopeeFood. Menurut Brown dan Venkatesh (2005) Hedonic motivation didefinisikan sebagai kesenangan yang diperoleh dari penggunaan teknologi, hal ini telah terbukti berperan penting dalam penerimaan dan penggunaan teknologi
6. *Price Value* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Behavioural Intention*. Dodds, et al (1991, dalam Venkatesh, et al (2012) mendefinisikan price value sebagai perspektif pelanggan dalam memilih antara manfaat yang didapatkan dari penggunaan sebuah teknologi dengan biaya yang dikeluarkan untuk menggunakan teknologi tersebut.
7. *Habit* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Behavioural Intention* pada GoFood dan ShopeeFood. Venkatesh, et al (2012) bahwa habit berpengaruh terhadap penggunaan teknologi secara langsung karena kebiasaan yang dilakukan oleh pelanggan secara berulang. Habit mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Use Behavior* pada GoFood dan ShopeeFood. Hasil penelitian yang mendukung hipotesis penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh (Venkatesh et al., 2012) yang mengatakan bahwa habit memiliki kekuatan untuk meningkatkan adopsi dari perilaku pengguna untuk terus menggunakan aplikasi mobile.
8. *Personal Innovativeness* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Behavioural Intention* pada GoFood dan ShopeeFood. *Personal Innovativeness* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Use Behavior* pada GoFood dan ShopeeFood. Hasil penelitian ini sesuai

dengan konsep dasar yang dikembangkan oleh Farooq et al.,(2017) dimana reaksi individu untuk menggunakan teknologi informasi memiliki pengaruh langsung dan tidak langsung terhadap penggunaan aktual teknologi informasi.

9. *Behavioural Intention* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Use Behavior* pada GoFood dan ShopeeFood. Penelitian terdahulu yang membuktikan hipotesis ini adalah penelitian yang dilakukan oleh (Venkatesh et al., 2012), (Putra & Ariyanti, 2014), (Trojanowski & Kułak, 2017), (Gupta et al., 2018), dan (Ramdhani et al., 2017). Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat minat dari responden untuk menggunakan layanan e-commerce Tokopedia dan kemungkinan akan digunakan dalam jangka waktu yang lama di kemudian hari karna manfaat yang dirasakan sangat menguntungkan bagi pengguna atau responden.

4.12 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif dilakukan berdasarkan distribusi jawaban responden yang mencakup variabel dari UTAUT 3 meliputi *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, *Hedonic Motivation*, *Price Value*, *Habit*, *Personal Innovativeness*, *Behavioral Intention*, *Use Behavior*. Kemudian dilakukan perbandingan skor jawaban responden antara kuesioner GoFood dan ShopeeFood berdasarkan skala *likert* 1-5, jika skor GoFood dan shopeefood bernilai sama maka tidak dilakukan perbandingan, untuk keterangan skala dapat dilihat pada tabel 3.1. Dibawah ini terdapat 30 data responden yang buat sebagai sampel untuk membandingkan skor jawaban responden.

Keterangan :

x(n) : No Variabel P1 : Pertanyaan 1 P2 : Pertanyaan 2

G : GoFood S : ShopeeFood

1. Responden 2

Tabel 4. 93 Perbandingan Skor Jawaban Responden 2

No. Responden	Variabel	P1		P2		Keterangan
		G	S	G	S	
2	<i>Performance Expentancy</i> (x1)	5	3	4	4	Skor $G > S$, maka responden 2 untuk variabel <i>Performance Expentancy</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Hedonic Motivation</i> (x5)	4	5	4	5	Skor $S > G$, maka responden 2 untuk variabel <i>Hedonic Motivation</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Price Value</i> (x6)	4	5	4	5	Skor $S > G$, maka responden 2 untuk variabel <i>Price Value</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Habit</i> (x7)	4	5	4	5	Skor $S > G$, maka responden 2 untuk variabel <i>Habit</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Personal Innovativeness</i> (x8)	4	5	4	5	Skor $S > G$, maka responden 2 untuk variabel <i>Personal Innovativeness</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Behavioural Intention</i> (y1)	4	5	4	5	Skor $S > G$, maka responden 2 untuk variabel <i>Behavioural Intention</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Use Behavior</i> (y2)	4	5	4	4	Skor $S > G$, maka responden 2 untuk variabel <i>Use Behavior</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.

2. Responden 3

Tabel 4. 94 Perbandingan Skor Jawaban Responden 3

No. Responden	Variabel	P1		P2		Keterangan
		G	S	G	S	
3	<i>Performance Expentancy</i> (x1)	4	3	3	3	Skor $G > S$, maka responden 3 untuk variabel <i>Performance Expentancy</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Effort Expentancy</i> (x2)	4	3	4	3	Skor $G > S$, maka responden 3 untuk variabel <i>Effort Expentancy</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Social Influence</i> (x3)	4	3	4	3	Skor $G > S$, maka responden 3 untuk variabel <i>Social Influence</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Facilitating Conditions</i> (x4)	3	4	4	4	Skor $S > G$, maka responden 3 untuk variabel <i>Facilitating Conditions</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Hedonic Motivation</i> (x5)	4	3	4	3	Skor $G > S$, maka responden 3 untuk variabel <i>Hedonic Motivation</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Price Value</i> (x6)	4	3	4	3	Skor $G > S$, maka responden 3 untuk variabel <i>Price Value</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Habit</i> (x7)	4	3	3	3	Skor $G > S$, maka responden 3 untuk variabel <i>Habit</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Personal Innovativeness</i> (x8)	4	3	4	3	Skor $G > S$, maka responden 3 untuk variabel <i>Personal Innovativeness</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Behavioural Intention</i> (y1)	4	3	4	3	Skor $G > S$, maka responden 3 untuk variabel <i>Behavioural Intention</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Use Behavior</i> (y2)	4	3	4	3	Skor $G > S$, maka responden 3 untuk variabel <i>Use Behavior</i> lebih dominan memilih GoFood.

3. Responden 4

Tabel 4. 95 Perbandingan Skor Jawaban Responden 4

No. Responden	Variabel	P1		P2		Keterangan
		G	S	G	S	
4	<i>Perfomance Expentancy</i> (x1)	4	3	4	5	Skor $G > S$ untuk P1 sedangkan skor P2 $S > G$, maka responden 4 untuk variabel <i>Perfomance Expentancy</i> P1 lebih dominan memilih GoFood dan untuk P2 lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Price Value</i> (x6)	3	5	4	5	Skor $S > G$, maka responden 4 untuk variabel <i>Price Value</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Habit</i> (x7)	3	5	3	5	Skor $S > G$, maka responden 4 untuk variabel <i>Habit</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Personal Innovativeness</i> (x8)	4	5	4	5	Skor $S > G$, maka responden 4 untuk variabel <i>Personal Innovativeness</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Behavioural Intention</i> (y1)	4	5	4	5	Skor $S > G$, maka responden 4 untuk variabel <i>Behavioural Intention</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Use Behavior</i> (y2)	4	5	4	5	Skor $S > G$, maka responden 4 untuk variabel <i>Use Behavior</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.

4. Responden 5

Tabel 4. 96 Perbandingan Skor Jawaban Responden 5

No. Responden	Variabel	P1		P2		Keterangan
		G	S	G	S	
5	<i>Perfomance Expentancy</i> (x1)	5	3	5	3	Skor $G > S$, maka responden 5 untuk variabel <i>Perfomance Expentancy</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Effort Expentancy</i> (x2)	5	3	5	4	Skor $G > S$, maka responden 5 untuk variabel <i>Effort Expentancy</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Social Influence</i> (x3)	5	3	5	3	Skor $G > S$, maka responden 5 untuk variabel <i>Social Influence</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Facilitating Conditions</i> (x4)	5	4	5	4	Skor $G > S$, maka responden 5 untuk variabel <i>Facilitating Conditions</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Hedonic Motivation</i> (x5)	5	3	5	4	Skor $G > S$, maka responden 5 untuk variabel <i>Hedonic Motivation</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Price Value</i> (x6)	3	5	4	5	Skor $S > G$, maka responden 5 untuk variabel <i>Price Value</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Habit</i> (x7)	3	5	3	5	Skor $S > G$, maka responden 5 untuk variabel <i>Habit</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Personal Innovativeness</i> (x8)	4	5	4	5	Skor $S > G$, maka responden 5 untuk variabel <i>Personal Innovativeness</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Behavioural Intention</i> (y1)	4	5	4	5	Skor $S > G$, maka responden 5 untuk variabel <i>Behavioural Intention</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Use Behavior</i> (y2)	4	5	4	5	Skor $S > G$, maka responden 5 untuk variabel <i>Use Behavior</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.

5. Responden 6

Tabel 4. 97 Perbandingan Skor Jawaban Responden 6

No. Responden	Variabel	P1		P2		Keterangan
		G	S	G	S	
6	<i>Perfomance Expentancy</i> (x1)	5	3	4	3	Skor $G > S$, maka responden 6 untuk variabel <i>Perfomance Expentancy</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Effort Expentancy</i> (x2)	4	3	4	3	Skor $G > S$, maka responden 6 untuk variabel <i>Effort Expentancy</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Social Influence</i> (x3)	4	3	4	3	Skor $G > S$, maka responden 6 untuk variabel <i>Social Influence</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Facilitating Conditions</i> (x4)	5	3	5	3	Skor $G > S$, maka responden 6 untuk variabel <i>Facilitating Conditions</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Hedonic Motivation</i> (x5)	4	3	4	3	Skor $G > S$, maka responden 6 untuk variabel <i>Hedonic Motivation</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Price Value</i> (x6)	4	3	4	3	Skor $G > S$, maka responden 6 untuk variabel <i>Price Value</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Habit</i> (x7)	4	3	4	3	Skor $G > S$, maka responden 6 untuk variabel <i>Habit</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Personal Innovativeness</i> (x8)	4	3	4	3	Skor $G > S$, maka responden 6 untuk variabel <i>Personal Innovativeness</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Behavioural Intention</i> (y1)	4	3	4	3	Skor $G > S$, maka responden 6 untuk variabel <i>Behavioural Intention</i> lebih dominan memilih GoFood.
<i>Use Behavior</i> (y2)	4	3	4	3	Skor $G > S$, maka responden 6 untuk variabel <i>Use Behavior</i> lebih dominan memilih GoFood.	

6. Responden 7

Tabel 4. 98 Perbandingan Skor Jawaban Responden 7

No. Responden	Variabel	P1		P2		Keterangan
		G	S	G	S	
7	<i>Perfomance Expentancy</i> (x1)	5	3	3	3	Skor $G > S$, maka responden 7 untuk variabel <i>Perfomance Expentancy</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Effort Expentancy</i> (x2)	4	3	5	4	Skor $G > S$, maka responden 7 untuk variabel <i>Effort Expentancy</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Social Influence</i> (x3)	3	4	3	4	Skor $S > G$, maka responden 7 untuk variabel <i>Social Influence</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Facilitating Conditions</i> (x4)	4	4	5	4	Skor $G > S$, maka responden 7 untuk variabel <i>Facilitating Conditions</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Hedonic Motivation</i> (x5)	4	3	5	3	Skor $G > S$, maka responden 7 untuk variabel <i>Hedonic Motivation</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Price Value</i> (x6)	4	3	4	3	Skor $G > S$, maka responden 7 untuk variabel <i>Price Value</i> lebih dominan memilih GoFood.

	<i>Habit</i> (x7)	4	3	3	3	Skor $G > S$, maka responden 7 untuk variabel <i>Habit</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Personal Innovativeness</i> (x8)	4	3	4	3	Skor $G > S$, maka responden 7 untuk variabel <i>Personal Innovativeness</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Behavioural Intention</i> (y1)	5	3	4	3	Skor $G > S$, maka responden 7 untuk variabel <i>Behavioural Intention</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Use Behavior</i> (y2)	5	3	5	3	Skor $G > S$, maka responden 7 untuk variabel <i>Use Behavior</i> lebih dominan memilih GoFood.

7. Responden 8

Tabel 4. 99 Perbandingan Skor Jawaban Responden 8

No. Responden	Variabel	P1		P2		Keterangan
		G	S	G	S	
8	<i>Perfomance Expentancy</i> (x1)	5	3	4	3	Skor $G > S$, maka responden 6 untuk variabel <i>Perfomance Expentancy</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Effort Expentancy</i> (x2)	5	3	5	3	Skor $G > S$, maka responden 6 untuk variabel <i>Effort Expentancy</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Facilitating Conditions</i> (x4)	5	3	5	3	Skor $G > S$, maka responden 6 untuk variabel <i>Facilitating Conditions</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Hedonic Motivation</i> (x5)	4	3	4	3	Skor $G > S$, maka responden 6 untuk variabel <i>Hedonic Motivation</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Price Value</i> (x6)	5	3	5	3	Skor $G > S$, maka responden 6 untuk variabel <i>Price Value</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Habit</i> (x7)	4	3	3	3	Skor $G > S$, maka responden 6 untuk variabel <i>Habit</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Behavioural Intention</i> (y1)	3	3	4	3	Skor $G > S$, maka responden 6 untuk variabel <i>Behavioural Intention</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Use Behavior</i> (y2)	4	3	4	3	Skor $G > S$, maka responden 6 untuk variabel <i>Use Behavior</i> lebih dominan memilih GoFood.

8. Responden 9

Tabel 4. 100 Perbandingan Skor Jawaban Responden 9

No. Responden	Variabel	P1		P2		Keterangan
		G	S	G	S	
9	<i>Perfomance Expentancy</i> (x1)	4	3	4	3	Skor $G > S$, maka responden 9 untuk variabel <i>Perfomance Expentancy</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Effort Expentancy</i> (x2)	4	3	4	3	Skor $G > S$, maka responden 9 untuk variabel <i>Effort Expentancy</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Social Influence</i> (x3)	4	3	4	3	Skor $G > S$, maka responden 9 untuk variabel <i>Social Influence</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Facilitating Conditions</i> (x4)	4	3	4	3	Skor $G > S$, maka responden 9 untuk variabel <i>Facilitating Conditions</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Hedonic Motivation</i> (x5)	4	3	5	3	Skor $G > S$, maka responden 9 untuk variabel <i>Hedonic Motivation</i> lebih dominan memilih

						GoFood.
	<i>Price Value</i> (x6)	4	3	4	3	Skor $G > S$, maka responden 9 untuk variabel <i>Price Value</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Habit</i> (x7)	4	3	3	3	Skor $G > S$, maka responden 9 untuk variabel <i>Habit</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Personal Innovativeness</i> (x8)	3	3	4	3	Skor $G > S$, maka responden 9 untuk variabel <i>Personal Innovativeness</i> lebih dominan memilih GoFood.

9. Responden 10

Tabel 4. 101 Perbandingan Skor Jawaban Responden 10

No. Responden	Variabel	P1		P2		Keterangan
		G	S	G	S	
10	<i>Perfomance Expentancy</i> (x1)	5	3	3	3	Skor $G > S$, maka responden 10 untuk variabel <i>Perfomance Expentancy</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Effort Expentancy</i> (x2)	4	3	4	3	Skor $G > S$, maka responden 10 untuk variabel <i>Effort Expentancy</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Social Influence</i> (x3)	3	4	3	4	Skor $S > G$, maka responden 10 untuk variabel <i>Social Influence</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Facilitating Conditions</i> (x4)	4	3	4	4	Skor $G > S$, maka responden 10 untuk variabel <i>Facilitating Conditions</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Hedonic Motivation</i> (x5)	4	4	4	3	Skor $G > S$, maka responden 10 untuk variabel <i>Hedonic Motivation</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Personal Innovativeness</i> (x8)	3	4	3	3	Skor $S > G$, maka responden 10 untuk variabel <i>Personal Innovativeness</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Behavioural Intention</i> (y1)	4	4	3	4	Skor $S > G$, maka responden 10 untuk variabel <i>Behavioural Intention</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Use Behavior</i> (y2)	4	4	4	3	Skor $G > S$, maka responden 10 untuk variabel <i>Use Behavior</i> lebih dominan memilih GoFood.

10. Reponden 11

Tabel 4. 102 Perbandingan Skor Jawaban Responden 11

No. Responden	Variabel	P1		P2		Keterangan
		G	S	G	S	
11	<i>Perfomance Expentancy</i> (x1)	5	4	4	3	Skor $G > S$, maka responden 11 untuk variabel <i>Perfomance Expentancy</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Effort Expentancy</i> (x2)	4	3	5	4	Skor $G > S$, maka responden 11 untuk variabel <i>Effort Expentancy</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Social Influence</i> (x3)	5	3	5	3	Skor $S > G$, maka responden 11 untuk variabel <i>Social Influence</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Facilitating</i>	5	4	5	4	Skor $G > S$, maka responden 11 untuk

	<i>Conditions</i> (x4)					variabel <i>Facilitating Conditions</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Hedonic Motivation</i> (x5)	5	4	5	4	Skor $G > S$, maka responden 11 untuk variabel <i>Hedonic Motivation</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Price Value</i> (x6)	5	5	5	4	Skor $G > S$, maka responden 11 untuk variabel <i>Price Value</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Personal Innovativeness</i> (x8)	3	4	3	4	Skor $S > G$, maka responden 11 untuk variabel <i>Personal Innovativeness</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Behavioural Intention</i> (y1)	3	4	3	4	Skor $G > S$, maka responden 11 untuk variabel <i>Behavioural Intention</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Use Behavior</i> (y2)	3	4	5	4	Skor $S > G$, maka responden 11 untuk variabel <i>Use Behavior</i> P1 lebih dominan memilih GoFood, sedangkan untuk P2 $G > S$ maka lebih dominan GoFood.

11. Responden 12

Tabel 4. 103 Perbandingan Skor Jawaban Responden 12

No. Responden	Variabel	P1		P2		Keterangan
		G	S	G	S	
12	<i>Facilitating Conditions</i> (x4)	4	5	3	5	Skor $S > G$, maka responden 12 untuk variabel <i>Facilitating Conditions</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Hedonic Motivation</i> (x5)	3	5	3	4	Skor $S > G$, maka responden 12 untuk variabel <i>Hedonic Motivation</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Habit</i> (x7)	4	4	3	4	Skor $S > G$, maka responden 12 untuk variabel <i>Habit</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Personal Innovativeness</i> (x8)	3	5	4	4	Skor $S > G$, maka responden 12 untuk variabel <i>Personal Innovativeness</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Behavioural Intention</i> (y1)	4	4	3	4	Skor $S > G$, maka responden 12 untuk variabel <i>Behavioural Intention</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.

12. Responden 13

Tabel 4. 104 Perbandingan Skor Jawaban Responden 13

No. Responden	Variabel	P1		P2		Keterangan
		G	S	G	S	
13	<i>Effort Expentancy</i> (x2)	4	4	4	5	Skor $S > G$, maka responden 13 untuk variabel <i>Effort Expentancy</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Social Influence</i> (x3)	4	3	3	3	Skor $G > S$, maka responden 13 untuk variabel <i>Social Influence</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Facilitating Conditions</i> (x4)	4	5	4	5	Skor $S > G$, maka responden 13 untuk variabel <i>Facilitating Conditions</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Hedonic Motivation</i> (x5)	4	4	3	4	Skor $S > G$, maka responden 13 untuk variabel <i>Hedonic Motivation</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Habit</i> (x7)	4	5	4	5	Skor $S > G$, maka responden 13 untuk

						variabel <i>Habit</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Personal Innovativeness</i> (x8)	5	4	5	4	Skor $G > S$, maka responden 13 untuk variabel <i>Personal Innovativeness</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Behavioural Intention</i> (y1)	5	5	5	4	Skor $G > S$, maka responden 13 untuk variabel <i>Behavioural Intention</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Use Behavior</i> (y2)	5	4	5	5	Skor $G > S$, maka responden 13 untuk variabel <i>Use Behavior</i> lebih dominan memilih GoFood.

13. Responden 14

Tabel 4. 105 Perbandingan Skor Jawaban Responden 14

No. Responden	Variabel	P1		P2		Keterangan
		G	S	G	S	
14	<i>Perfomance Expentancy</i> (x1)	5	4	4	4	Skor $G > S$, maka responden 14 untuk variabel <i>Perfomance Expentancy</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Effort Expentancy</i> (x2)	5	4	5	4	Skor $G > S$, maka responden 14 untuk variabel <i>Effort Expentancy</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Social Influence</i> (x3)	3	4	3	4	Skor $G > S$, maka responden 14 untuk variabel <i>Social Influence</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Facilitating Conditions</i> (x4)	5	4	5	4	Skor $G > S$, maka responden 14 untuk variabel <i>Facilitating Conditions</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Hedonic Motivation</i> (x5)	5	4	5	4	Skor $G > S$, maka responden 14 untuk variabel <i>Hedonic Motivation</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Price Value</i> (x6)	5	4	5	4	Skor $G > S$, maka responden 14 untuk variabel <i>Price Value</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Use Behavior</i> (y2)	5	3	5	3	Skor $G > S$, maka responden 14 untuk variabel <i>Use Behavior</i> lebih dominan memilih GoFood.

14. Responden 15

Tabel 4. 106 Perbandingan Skor Jawaban Responden 15

No. Responden	Variabel	P1		P2		Keterangan
		G	S	G	S	
15	<i>Effort Expentancy</i> (x2)	3	4	3	3	Skor $S > G$, maka responden 15 untuk variabel <i>Effort Expentancy</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Facilitating Conditions</i> (x4)	5	4	5	3	Skor $G > S$, maka responden 15 untuk variabel <i>Facilitating Conditions</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Hedonic Motivation</i> (x5)	4	3	5	3	Skor $G > S$, maka responden 15 untuk variabel <i>Hedonic Motivation</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Habit</i> (x7)	4	3	4	3	Skor $G > S$, maka responden 15 untuk variabel <i>Habit</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Personal Innovativeness</i> (x8)	3	4	4	4	Skor $S > G$, maka responden 15 untuk variabel <i>Personal Innovativeness</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Behavioural</i>	3	4	4	3	Skor $S > G$, maka responden 15 untuk variabel

	<i>Intention (y1)</i>					<i>Behavioural Intention</i> P1 lebih dominan memilih ShopeeFood, sedangkan untuk P2 G>S maka lebih dominan GoFood.
--	-----------------------	--	--	--	--	---

15. Responden 16

Tabel 4. 107 Perbandingan Skor Jawaban Responden 16

No. Responden	Variabel	P1		P2		Keterangan
		G	S	G	S	
16	<i>Performance Expentancy (x1)</i>	5	4	5	3	Skor G > S, maka responden 16 untuk variabel <i>Performance Expentancy</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Effort Expentancy (x2)</i>	5	4	5	3	Skor G > S, maka responden 16 untuk variabel <i>Effort Expentancy</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Social Influence (x3)</i>	3	5	3	3	Skor S > G, maka responden 16 untuk variabel <i>Social Influence</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Facilitating Conditions (x4)</i>	4	4	4	5	Skor S > G, maka responden 16 untuk variabel <i>Facilitating Conditions</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Hedonic Motivation (x5)</i>	5	4	4	4	Skor G > S, maka responden 16 untuk variabel <i>Hedonic Motivation</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Price Value (x6)</i>	4	4	3	4	Skor S > G, maka responden 16 untuk variabel <i>Price Value</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Habit (x7)</i>	4	4	3	4	Skor S > G, maka responden 16 untuk variabel <i>Habit</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Personal Innovativeness (x8)</i>	4	4	4	5	Skor S > G, maka responden 16 untuk variabel <i>Personal Innovativeness</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Behavioural Intention (y1)</i>	4	4	4	3	Skor G > S, maka responden 16 untuk variabel <i>Behavioural Intention</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Use Behavior (y2)</i>	4	4	4	3	Skor G > S, maka responden 16 untuk variabel <i>Use Behavior</i> lebih dominan memilih GoFood.

16. Responden 17

Tabel 4. 108 Perbandingan Skor Jawaban Responden 17

No. Responden	Variabel	P1		P2		Keterangan
		G	S	G	S	
17	<i>Performance Expentancy (x1)</i>	5	4	3	4	Skor G > S, maka responden 17 untuk variabel <i>Performance Expentancy</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Effort Expentancy (x2)</i>	4	4	5	4	Skor G > S, maka responden 17 untuk variabel <i>Effort Expentancy</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Social Influence (x3)</i>	4	3	3	3	Skor G > S, maka responden 17 untuk variabel <i>Social Influence</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Hedonic Motivation (x5)</i>	4	5	4	4	Skor S > G, maka responden 17 untuk variabel <i>Hedonic Motivation</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Price Value (x6)</i>	3	4	4	5	Skor S > G, maka responden 17 untuk variabel <i>Price Value</i> P1 lebih dominan memilih ShopeeFood.

	<i>Habit</i> (x7)	4	3	3	3	Skor $G > S$, maka responden 7 untuk variabel <i>Habit</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Behavioural Intention</i> (y1)	5	4	5	4	Skor $G > S$, maka responden 7 untuk variabel <i>Behavioural Intention</i> lebih dominan memilih GoFood.

17. Responden 18

Tabel 4. 109 Perbandingan Skor Jawaban Responden 18

No. Responden	Variabel	P1		P2		Keterangan
		G	S	G	S	
18	<i>Perfomance Expentancy</i> (x1)	4	4	3	4	Skor $S > G$, maka responden 18 untuk variabel <i>Perfomance Expentancy</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Effort Expentancy</i> (x2)	5	4	4	4	Skor $G > S$, maka responden 18 untuk variabel <i>Effort Expentancy</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Social Influence</i> (x3)	3	4	4	4	Skor $S > G$, maka responden 18 untuk variabel <i>Social Influence</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Price Value</i> (x6)	4	3	4	4	Skor $G > S$, maka responden 18 untuk variabel <i>Price Value</i> lebih dominan memilih GoFood.

18. Responden 20

Tabel 4. 110 Perbandingan Skor Jawaban Responden 20

No. Responden	Variabel	P1		P2		Keterangan
		G	S	G	S	
20	<i>Perfomance Expentancy</i> (x1)	5	4	3	4	Skor $G > S$, maka responden 20 untuk variabel <i>Perfomance Expentancy</i> P1 lebih dominan memilih GoFood, sedangkan P2 $S > G$ maka lebih dominan ShopeeFood.
	<i>Effort Expentancy</i> (x2)	5	4	5	3	Skor $G > S$, maka responden 20 untuk variabel <i>Effort Expentancy</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Social Influence</i> (x3)	5	3	5	3	Skor $G > S$, maka responden 20 untuk variabel <i>Social Influence</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Hedonic Motivation</i> (x5)	4	4	4	3	Skor $G > S$, maka responden 20 untuk variabel <i>Hedonic Motivation</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Price Value</i> (x6)	4	3	4	3	Skor $G > S$, maka responden 20 untuk variabel <i>Price Value</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Habit</i> (x7)	5	3	3	3	Skor $G > S$, maka responden 20 untuk variabel <i>Habit</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Personal Innovativeness</i> (x8)	4	3	5	3	Skor $G > S$, maka responden 20 untuk variabel <i>Personal Innovativeness</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Behavioural Intention</i> (y1)	5	3	5	3	Skor $G > S$, maka responden 20 untuk variabel <i>Behavioural Intention</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Use Behavior</i> (y2)	5	3	5	3	Skor $G > S$, maka responden 20 untuk variabel <i>Use Behavior</i> lebih dominan memilih GoFood.

19. Responden 21

Tabel 4. 111 Perbandingan Skor Jawaban Responden 21

No. Responden	Variabel	P1		P2		Keterangan
		G	S	G	S	
21	<i>Performance Expentancy</i> (x1)	5	4	3	3	Skor $G > S$, maka responden 21 untuk variabel <i>Performance Expentancy</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Effort Expentancy</i> (x2)	4	3	4	4	Skor $G > S$, maka responden 21 untuk variabel <i>Effort Expentancy</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Facilitating Conditions</i> (x4)	5	4	5	5	Skor $G > S$, maka responden 21 untuk variabel <i>Facilitating Conditions</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Price Value</i> (x6)	3	4	3	5	Skor $S > G$, maka responden 21 untuk variabel <i>Price Value</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Habit</i> (x7)	5	3	4	3	Skor $G > S$, maka responden 7 untuk variabel <i>Habit</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Use Behavior</i> (y2)	4	3	4	4	Skor $G > S$, maka responden 7 untuk variabel <i>Use Behavior</i> lebih dominan memilih GoFood.

20. Responden 22

Tabel 4. 112 Perbandingan Skor Jawaban Responden 22

No. Responden	Variabel	P1		P2		Keterangan
		G	S	G	S	
22	<i>Performance Expentancy</i> (x1)	5	4	5	4	Skor $G > S$, maka responden 22 untuk variabel <i>Performance Expentancy</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Effort Expentancy</i> (x2)	5	4	5	4	Skor $G > S$, maka responden 22 untuk variabel <i>Effort Expentancy</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Social Influence</i> (x3)	5	4	5	4	Skor $G > S$, maka responden 22 untuk variabel <i>Social Influence</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Facilitating Conditions</i> (x4)	5	4	5	4	Skor $G > S$, maka responden 22 untuk variabel <i>Facilitating Conditions</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Hedonic Motivation</i> (x5)	5	4	5	4	Skor $G > S$, maka responden 22 untuk variabel <i>Hedonic Motivation</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Price Value</i> (x6)	5	4	5	4	Skor $G > S$, maka responden 22 untuk variabel <i>Price Value</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Habit</i> (x7)	5	4	5	4	Skor $G > S$, maka responden 22 untuk variabel <i>Habit</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Personal Innovativeness</i> (x8)	5	4	5	4	Skor $G > S$, maka responden 22 untuk variabel <i>Personal Innovativeness</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Behavioural</i>	5	4	5	4	Skor $G > S$, maka responden 22 untuk

	<i>Intention</i> (y1)					variabel <i>Behavioural Intention</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Use Behavior</i> (y2)	5	4	5	4	Skor $G > S$, maka responden 22 untuk variabel <i>Use Behavior</i> lebih dominan memilih GoFood.

21. Responden 23

Tabel 4. 113 Perbandingan Skor Jawaban Responden 23

No. Responden	Variabel	P1		P2		Keterangan
		G	S	G	S	
23	<i>Perfomance Expentancy</i> (x1)	5	4	4	4	Skor $G > S$, maka responden 23 untuk variabel <i>Perfomance Expentancy</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Social Influence</i> (x3)	4	4	3	4	Skor $S > G$, maka responden 23 untuk variabel <i>Social Influence</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Hedonic Motivation</i> (x5)	3	4	4	4	Skor $S > G$, maka responden 23 untuk variabel <i>Hedonic Motivation</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Price Value</i> (x6)	3	4	3	4	Skor $S > G$, maka responden 23 untuk variabel <i>Price Value</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Habit</i> (x7)	4	5	3	4	Skor $S > G$, maka responden 23 untuk variabel <i>Habit</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Personal Innovativeness</i> (x8)	3	5	4	5	Skor $S > G$, maka responden 23 untuk variabel <i>Personal Innovativeness</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Behavioural Intention</i> (y1)	4	5	4	4	Skor $S > G$, maka responden 23 untuk variabel <i>Behavioural Intention</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Use Behavior</i> (y2)	5	4	4	4	Skor $G > S$, maka responden 23 untuk variabel <i>Use Behavior</i> lebih dominan memilih GoFood.

22. Responden 24

Tabel 4. 114 Perbandingan Skor Jawaban Responden 24

No. Responden	Variabel	P1		P2		Keterangan
		G	S	G	S	
24	<i>Effort Expentancy</i> (x2)	3	5	4	4	Skor $S > G$, maka responden 24 untuk variabel <i>Effort Expentancy</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Social Influence</i> (x3)	3	5	3	5	Skor $S > G$, maka responden 24 untuk variabel <i>Social Influence</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Hedonic Motivation</i> (x5)	4	5	4	5	Skor $S > G$, maka responden 7 untuk variabel <i>Hedonic Motivation</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Habit</i> (x7)	4	5	4	4	Skor $S > G$, maka responden 7 untuk variabel <i>Habit</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Personal Innovativeness</i> (x8)	4	5	4	5	Skor $S > G$, maka responden 7 untuk variabel <i>Personal Innovativeness</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Behavioural</i>	5	4	5	5	Skor $G > S$, maka responden 7 untuk variabel

	<i>Intention (y1)</i>					<i>Behavioural Intention</i> lebih dominan memilih GoFood.
--	-----------------------	--	--	--	--	--

23. Responden 25

Tabel 4. 115 Perbandingan Skor Jawaban Responden 25

No. Responden	Variabel	P1		P2		Keterangan
		G	S	G	S	
25	<i>Social Influence (x3)</i>	3	4	4	3	Skor $S > G$, maka responden 25 untuk variabel <i>Social Influence</i> P1 lebih dominan memilih ShopeeFood, sedangkan untuk P2 $G > S$ maka lebih dominan GoFood.
	<i>Facilitating Conditions (x4)</i>	5	4	4	4	Skor $G > S$, maka responden 25 untuk variabel <i>Facilitating Conditions</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Hedonic Motivation (x5)</i>	4	4	5	4	Skor $G > S$, maka responden 25 untuk variabel <i>Hedonic Motivation</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Price Value (x6)</i>	4	3	4	3	Skor $G > S$, maka responden 25 untuk variabel <i>Price Value</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Habit (x7)</i>	5	3	4	3	Skor $G > S$, maka responden 25 untuk variabel <i>Habit</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Personal Innovativeness (x8)</i>	5	3	4	3	Skor $G > S$, maka responden 25 untuk variabel <i>Personal Innovativeness</i> lebih dominan memilih GoFood.

24. Responden 26

Tabel 4. 116 Perbandingan Skor Jawaban Responden 26

No. Responden	Variabel	P1		P2		Keterangan
		G	S	G	S	
26	<i>Performance Expentancy (x1)</i>	5	4	4	4	Skor $G > S$, maka responden 26 untuk variabel <i>Performance Expentancy</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Effort Expentancy (x2)</i>	4	4	5	4	Skor $G > S$, maka responden 26 untuk variabel <i>Effort Expentancy</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Social Influence (x3)</i>	4	5	4	4	Skor $S > G$, maka responden 26 untuk variabel <i>Social Influence</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Hedonic Motivation (x5)</i>	4	4	5	4	Skor $G > S$, maka responden 26 untuk variabel <i>Hedonic Motivation</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Price Value (x6)</i>	4	5	4	4	Skor $S > G$, maka responden 26 untuk variabel <i>Price Value</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Habit (x7)</i>	5	2	4	2	Skor $G > S$, maka responden 26 untuk variabel <i>Habit</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Personal Innovativeness (x8)</i>	5	4	4	4	Skor $G > S$, maka responden 26 untuk variabel <i>Personal Innovativeness</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Behavioural Intention (y1)</i>	4	3	4	3	Skor $G > S$, maka responden 26 untuk variabel <i>Behavioural Intention</i> lebih dominan memilih GoFood.

	<i>Use Behavior</i> (y2)	5	3	5	3	Skor $G > S$, maka responden 26 untuk variabel <i>Use Behavior</i> lebih dominan memilih GoFood.
--	--------------------------	---	---	---	---	---

25. Responden 27

Tabel 4. 117 Perbandingan Skor Jawaban Responden 27

No. Responden	Variabel	P1		P2		Keterangan
		G	S	G	S	
27	<i>Perfomance Expentancy</i> (x1)	5	4	5	3	Skor $G > S$, maka responden 27 untuk variabel <i>Perfomance Expentancy</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Effort Expentancy</i> (x2)	5	4	5	4	Skor $G > S$, maka responden 27 untuk variabel <i>Effort Expentancy</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Social Influence</i> (x3)	5	4	5	3	Skor $S > G$, maka responden 27 untuk variabel <i>Social Influence</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Facilitating Conditions</i> (x4)	5	3	5	3	Skor $G > S$, maka responden 27 untuk variabel <i>Facilitating Conditions</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Hedonic Motivation</i> (x5)	5	3	5	4	Skor $G > S$, maka responden 27 untuk variabel <i>Hedonic Motivation</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Price Value</i> (x6)	5	4	5	4	Skor $G > S$, maka responden 27 untuk variabel <i>Price Value</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Habit</i> (x7)	5	4	5	3	Skor $G > S$, maka responden 27 untuk variabel <i>Habit</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Personal Innovativeness</i> (x8)	5	3	5	3	Skor $G > S$, maka responden 27 untuk variabel <i>Personal Innovativeness</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Behavioural Intention</i> (y1)	5	4	5	3	Skor $G > S$, maka responden 27 untuk variabel <i>Behavioural Intention</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Use Behavior</i> (y2)	5	4	5	4	Skor $G > S$, maka responden 27 untuk variabel <i>Use Behavior</i> lebih dominan memilih GoFood.

26. Responden 28

Tabel 4. 118 Perbandingan Skor Jawaban Responden 28

No. Responden	Variabel	P1		P2		Keterangan
		G	S	G	S	
28	<i>Effort Expentancy</i> (x2)	5	4	5	4	Skor $G > S$, maka responden 28 untuk variabel <i>Effort Expentancy</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Social Influence</i> (x3)	5	4	3	4	Skor $G > S$, maka responden 28 untuk variabel <i>Social Influence</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Hedonic Motivation</i> (x5)	5	4	5	4	Skor $G > S$, maka responden 28 untuk variabel <i>Hedonic Motivation</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Habit</i> (x7)	5	4	4	3	Skor $G > S$, maka responden 28 untuk variabel <i>Habit</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Personal</i>	5	4	5	4	Skor $G > S$, maka responden 28 untuk

	<i>Innovativeness</i> (x8)					variabel <i>Personal Innovativeness</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Behavioural Intention</i> (y1)	5	5	5	4	Skor $G > S$, maka responden 28 untuk variabel <i>Behavioural Intention</i> lebih dominan memilih GoFood.

27. Responden 29

Tabel 4. 119 Perbandingan Skor Jawaban Responden 29

No. Responden	Variabel	P1		P2		Keterangan
		G	S	G	S	
29	<i>Perfomance Expentancy</i> (x1)	4	4	4	3	Skor $G > S$, maka responden 29 untuk variabel <i>Perfomance Expentancy</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Effort Expentancy</i> (x2)	4	3	4	4	Skor $G > S$, maka responden 29 untuk variabel <i>Effort Expentancy</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Social Influence</i> (x3)	4	3	3	3	Skor $G > S$, maka responden 29 untuk variabel <i>Social Influence</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Facilitating Conditions</i> (x4)	4	3	4	4	Skor $G > S$, maka responden 29 untuk variabel <i>Facilitating Conditions</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Hedonic Motivation</i> (x5)	4	3	4	3	Skor $G > S$, maka responden 29 untuk variabel <i>Hedonic Motivation</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Price Value</i> (x6)	3	3	3	5	Skor $S > G$, maka responden 29 untuk variabel <i>Price Value</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Habit</i> (x7)	4	3	3	3	Skor $G > S$, maka responden 29 untuk variabel <i>Habit</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Behavioural Intention</i> (y1)	4	3	4	4	Skor $G > S$, maka responden 29 untuk variabel <i>Behavioural Intention</i> lebih dominan memilih GoFood.

28. Responden 30

Tabel 4. 120 Perbandingan Skor Jawaban Responden 30

No. Responden	Variabel	P1		P2		Keterangan
		G	S	G	S	
30	<i>Perfomance Expentancy</i> (x1)	5	4	4	4	Skor $G > S$, maka responden 30 untuk variabel <i>Perfomance Expentancy</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Effort Expentancy</i> (x2)	4	4	5	3	Skor $G > S$, maka responden 30 untuk variabel <i>Effort Expentancy</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Social Influence</i> (x3)	3	4	4	4	Skor $S > G$, maka responden 30 untuk variabel <i>Social Influence</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Facilitating Conditions</i> (x4)	5	4	4	4	Skor $G > S$, maka responden 30 untuk variabel <i>Facilitating Conditions</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Hedonic Motivation</i> (x5)	4	3	4	4	Skor $G > S$, maka responden 30 untuk variabel <i>Hedonic Motivation</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Habit</i> (x7)	4	4	4	3	Skor $G > S$, maka responden 30 untuk variabel <i>Habit</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Behavioural</i>	5	4	5	4	Skor $G > S$, maka responden 30 untuk

	<i>Intention (y1)</i>					variabel <i>Behavioural Intention</i> lebih dominan memilih GoFood.
--	-----------------------	--	--	--	--	---

29. Responden 31

Tabel 4. 121 Perbandingan Skor Jawaban Responden 31

No. Responden	Variabel	P1		P2		Keterangan
		G	S	G	S	
31	<i>Perfomance Expentancy (x1)</i>	5	4	5	4	Skor $G > S$, maka responden 31 untuk variabel <i>Perfomance Expentancy</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Facilitating Conditions (x4)</i>	5	4	4	4	Skor $G > S$, maka responden 31 untuk variabel <i>Facilitating Conditions</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Hedonic Motivation (x5)</i>	5	4	4	4	Skor $G > S$, maka responden 31 untuk variabel <i>Hedonic Motivation</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Price Value (x6)</i>	5	4	5	4	Skor $G > S$, maka responden 31 untuk variabel <i>Price Value</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Habit (x7)</i>	4	4	5	3	Skor $G > S$, maka responden 31 untuk variabel <i>Habit</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Personal Innovativeness (x8)</i>	4	3	4	3	Skor $G > S$, maka responden 31 untuk variabel <i>Personal Innovativeness</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Behavioural Intention (y1)</i>	4	5	5	5	Skor $S > G$, maka responden 7 untuk variabel <i>Behavioural Intention</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.

30. Responden 32

Tabel 4. 122 Perbandingan Skor Jawaban Responden 32

No. Responden	Variabel	P1		P2		Keterangan
		G	S	G	S	
32	<i>Social Influence (x3)</i>	5	4	4	4	Skor $G > S$, maka responden 32 untuk variabel <i>Social Influence</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Facilitating Conditions (x4)</i>	5	4	5	4	Skor $G > S$, maka responden 32 untuk variabel <i>Facilitating Conditions</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Price Value (x6)</i>	3	4	4	4	Skor $S > G$, maka responden 32 untuk variabel <i>Price Value</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Habit (x7)</i>	4	4	3	4	Skor $S > G$, maka responden 32 untuk variabel <i>Habit</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.

4.13 Pembahasan

Tabel 4. 123 Pembahasan GoFood

GOFOOD		
No.	Variabel	Keterangan
1	<i>Perfomance Expentancy</i> (x1)	Fiturnya lebih mudah dipahami dan lebih sederhana, pilihan makanan lengkap,user friendly serta menu-menunya tersusun dengan rapih dan mudah ditemukan.,lebih efektif,lebih familiar dan sering dipakai juga oleh banyak orang,lebih friendly dalam menggunakan,mudah untuk digunakan
2	<i>Effort Expentancy</i> (x2)	Mudah digunakan, memiliki promo-promo yang banyak saat hari raya tertentu, simpel , menu2nya tidak membingungkan, Fiturnya tidak membuat bingung.
3	<i>Social Influence</i> (x3)	banyak promo dari aplikasi, menyediakan gratis ongkir, mudah untuk digunakan, lebih praktis, lebih dulu mengenal gofood, makanan yang di tawarkan lebih relevan, antarmuka lebih baik, tidak ribet.
4	<i>Facilitating Conditions</i> (x4)	-
5	<i>Hedonic Motivation</i> (x5)	lebih gampang digunakan dan juga banyak varian makanan yang tersedia, lebih simpel, Fitur mudah dimengerti, fitur bervariasi, makanan dan toko juga bervariasi, harga terjangkau, pembayaran dilakukan dengan mudah dan cepat, bisa klaim vocher
6	<i>Price Value</i> (x6)	banyak promo dan vocher
7	<i>Habit</i> (x7)	menyimpan data pribadi saya secara aman, sudah menggunakan gofood sejak lama, mudah digunakan dan banyak promo
8	<i>Personal Innovativeness</i> (x8)	lebih ramah diliat dan mudah digunakan, tidak ribet saat membayar, fitur-fitur yang ada di gofood mudah untuk dimengerti dan tampilannya simpel.

Tabel 4. 124 Pembahasan ShopeeFood

SHOPEEFOOD		
No	Variabel	Keterangan
1	<i>Perfomance Expentancy</i> (x1)	-
2	<i>Effort Expentancy</i> (x2)	-
3	<i>Social Influence</i> (x3)	-
4	<i>Facilitating Conditions</i> (x4)	-
5	<i>Hedonic Motivation</i> (x5)	Banyak diskon yang ditawarkan
6	<i>Price Value</i> (x6)	Banyak menawarkan diskon atau potongan harga, biaya layanan yang terjangkau, voucher promo bisa di pakai lebih dari 1, lebih besar promonya.
7	<i>Habit</i> (x7)	Promonya ada setiap hari dan kita bisa menggunakan lebih dari 1 voucher promo.
8	<i>Personal Innovativeness</i> (x8)	Lebih mudah dipahami, merupakan layanan baru

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan kepada pengguna GoFood dan ShopeeFood tentang perbandingan perilaku pengguna, maka didapatkanlah kesimpulan yaitu :

1. Analisis perbandingan perilaku pengguna *Online Food Delivery* (OFD) GoFood dan ShopeeFood dapat dilakukan dengan menggunakan Model UTAUT.
2. Berdasarkan hasil pengujian statistik deskriptif didapatkan hasil perbedaan perilaku pengguna *Online Food Delivery* (OFD) ketika menggunakan GoFood dan ShopeeFood.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian diatas, maka adapun saran dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk pihak *Online Food Delivery* (OFD) GoFood dapat menambah fitur atau promo yang dapat memenuhi kebutuhan pengguna saat menggunakannya.
2. Untuk pihak *Online Food Delivery* (OFD) ShopeeFood dapat memperbaiki kualitas dari aplikasi agar dapat dipelajari oleh pengguna dengan cepat dan baik, sehingga pengguna tidak merasa kebingungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. (2021). Investigating the Intentions to Adopt E-Learning using UTAUT-3 model: A Perspective of COVID-19. *SSRN Electronic Journal*, 1–11.
- BPS Prov Sumatera Selatan (no date) Proyeksi Jumlah Penduduk (jiwa). Available at : <https://palembangkota.bps.go.id/indicator/12/167/1/jumlah-penduduk-palembang.html>. (Diakses Tanggal 2022)
- Fansyuri, I. D. (2019). Analisis Perbandingan Perilaku Pengguna Online Travel Agent Menggunakan Metode UTAUT 2 (Studi Kasus : Pengguna Traveloka dan Tiket.Com Di Kota Palembang). 1-189.
- Farooq, M., Salam, M., Jaafar, N., Fayolle, A., Ayupp, K., Radovic-Markovic, M., & Sajid, A. (2017). Acceptance and use of lecture capture system (LCS) in executive business studies: extending UTAUT2. *Interactive Technology and Smart Education*, 14(4), 329-348
- Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunasinghe, A., Hamid, J. A., Khatibi, A., & Azam, S. F. (2019). Academicians' Acceptance of Online Learning Environments: A Review of Information System Theories and Models. *Global Journal of Computer Science and Technology*, 19(1), 31–39.
- Gunasinghe, A., Hamid, J. A., Khatibi, A., & Azam, S. M. F. (2020). The adequacy of UTAUT-3 in interpreting academician's adoption to e-Learning in higher education environments. *Interactive Technology and Smart Education*, 17(1), 86–106.

- Jameel, A. S., Abdalla, S. N., Karem, M. A., & Ahmad, A. R. (2020). Behavioural Intention to Use E-Learning from student's perspective during COVID-19 Pandemic. 2020 2nd Annual International Conference on Information and Sciences (AiCIS), 165–171.
- Kamalasena, B. D. T. M., & Sirisena, A. B. (2021). Factors Influencing the Adoption of E-Learning by University Students in Sri Lanka: Application of UTAUT-3 Model during Covid-19 Pandemic. *Wayamba Journal of Management*, 12(2), 99.
- Lestari, R. P. (2021). Penerapan Model UTAUT-3 dalam menganalisis adopsi teknologi E-Learning pada mahasiswa di UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Machali, Imam. (2015). *Statistik Itu Mudah. Ladang Kata*. Yogyakarta.
- Marhaeni, G. A. M. M. (2014). Analisis Perilaku Penggunaan Aplikasi Pesan Instan Dengan Menggunakan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 Di Kota Bandung. *E-Proceeding of Management*, 1(3), 42–51.
- Marpaung, Y. N. M., & Irwansyah, I. (2021). Aplikasi Kesehatan Digital Sebagai Konstruksi Sosial Teknologi Media Baru. *Jurnal Komunikasi Dan Kajian*, 5, 243–258.
- Oktaviana, L. D., & Utami, D. S. (2021). 4C Evaluasi Penerapan Sistem Informasi Pelayanan Desa Melung Menggunakan Metode Utaut 2. *Jurnal Rekayasa Informasi*, 10(1), 1–12.
- Palau-Saumell, R., Forgas-Coll, S., Sánchez-García, J., & Robres, E. (2019). User Acceptance of Mobile Apps for Restaurants: An Expanded and Extended UTAUT-2. *Sustainability*, 11(4), 1210.

- Puspitasari, N., Firdaus, M. B., Haris, C. A., & Setyadi, H. J. (2019). An application of the UTAUT model for analysis of adoption of integrated license service information system. *Procedia Computer Science*, 161, 57–65.
- Ramadhan, D., Hurriyati, R., & Lisnawati, L. (2019). Analisis Perilaku Adopsi Teknologi Mobile Wallet Menggunakan Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology3 (Utaut3) (Survei Pengguna OVO pada Generasi Milenial di Indonesia). *Journal of Business Management Education (JBME)*, 4(3), 23–29.
- Riduwan, Kuncoro, E.A. (2008). Cara Menggunakan Dan Memaknai Analisis Jalur (Path Analysis). Bandung: CV. Alfabeta.
- Santoso, S. (2018). *Menguasai Statistik Dengan SPSS 25*. Jakarta: PT. Elex
- Santosa, Purbayu Budi; , Ashari.(2005). Analisis Statistik dengan Microsoft Excel dan SPSS. Yogyakarta: ANDI
- Silaen, Sofar. (2018). *Metodologi Penelitian Sosial Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis. Edisi Revisi*. Bandung: In Media.sd
- Sugiyono (2012) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2015) *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V.W. (2014). *SPSS Untuk Penelitian*. Pustaka Baru Press. Yogyakarta
- Tamilmani, K., Rana, N. P., Dwivedi, Y. K., Sahu, G. P., & Roderick, S. (2018). Exploring the role of “price value” for understanding consumer adoption of technology: A review and meta-analysis of UTAUT2 based empirical studies. *Proceedings of the 22nd Pacific Asia Conference on Information*

Systems - Opportunities and Challenges for the Digitized Society: Are We Ready?, PACIS 2018, 6(26). <https://aisel.aisnet.org/pacis2018/64>.

Tenggara.id.(2022). Riset Tenggara Strategics : layanan pesan antar makanan online yang pertama kali diingat/Top Of Mind. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/16/riset-grabfood-kalah-populer-dibandingkan-gofood-dan-shopeefood>. (Diakses pada tanggal 05 Oktober 2022)

Venkatesh, Viswanath, Thong, James Y. L., & Xu, Xin. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly*, 157–178.

V. Venkatesh and F. D. Davis, “A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies,” *Management science*, vol. 46, no. 2. INFORMS, pp. 186–204, 2000.

V. Venkatesh, M. G. Morris, G. B. Davis, and F. D. Davis, “User acceptance of information technology: Toward a unified view,” *MIS quarterly*. JSTOR, pp. 425–478, 2003.

V. Venkatesh, J. Y. L. Thong, and X. Xu, “Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology,” *MIS quarterly*. JSTOR, pp. 157–178, 2012.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

ANALISIS PERBANDINGAN PERILAKU PENGGUNA ONLINE FOOD DELIVERY DENGAN MODEL UTAUT 3 (Studi Kasus : Pengguna GoFood dan ShopeeFood di Kota Palembang)

Halo saya Clara Agustina mahasiswa semester akhir program studi Sistem Informasi Universitas Katolik Mar
Chantus Palembang

Pada saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk tugas akhir saya dengan judul "Analisis perbandingan
Perilaku Pengguna Online Food Delivery GoFood dan ShopeeFood di kota Palembang dengan model UTAUT
3". Untuk itu saya ingin meminta bantuan saudara/saudari untuk mengisi kuesioner ini untuk memperlai tugas
penelitian akhir/Skripsi) adapun informasi responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdomisili di kota Palembang
2. Menggunakan GoFood dan ShopeeFood

Demikian untuk mengisi kuesioner berikut dengan sejujurnya sesuai dengan pengalaman diri saudara.
Jawaban serta identitas yang saudara/i berikan bersifat RAHASIA dan hanya dipergunakan untuk kepentingan
analisa pada tugas akhir penelitian skripsi saya. Bila anda memiliki pertanyaan dapat langsung menghubungi
saya melalui:
Email : claragustina82@gmail.com
WhatsApp : 082374066032

Atas bantuan dan kerjasamanya, saya ucapkan terima kasih.

Berdomisili di kota Palembang? *

Ya

Tidak (jika TIDAK, tidak perlu dilanjutkan)

Menggunakan aplikasi GoFood dan ShopeeFood? *

Ya

Tidak (jika TIDAK, tidak perlu dilanjutkan)

Nama *

Teks jawaban singkat

Nomor Whatsapp Yang Bisa Dihubungi? *

Teks jawaban singkat

Jenis Kelamin *

Laki - laki

Perempuan

Usia *

15 - 25

26 - 35

36 - 45

46 - 55

Pekerjaan *

Semua

Mahasiswa

Karyawan Swasta

PNS (Pegawai Negeri Sipil)

Pengusaha

IRT (Ibu Rumah Tangga)

Lainnya

Lama Penggunaan Aplikasi *

1 - 2 Tahun

2 - 3 Tahun

> 3 Tahun

Kuesioner GoFood 🔍 📄

Bacalah dengan cermat dan pilih setiap pertanyaan yang ada, lima alternatif jawaban yang tersedia yaitu:

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

Responden diminta untuk mengisi setiap pernyataan dengan 1 pilihan jawaban yang paling sesuai dengan pengalaman diri anda. Diharapkan agar tidak ada pertanyaan yang terlewatkan.

Selamat Mengetaskan

1. Dengan Menggunakan layanan GoFood, urusan saya dalam hal memesan makanan menjadi lebih mudah *

STS

TS

N

S

SS

2. Dengan menggunakan layanan GoFood, saya menjadi lebih produktif**

STS

TS

N

S

SS

3. Saya sudah berinteraksi dengan layanan GoFood *

STS

TS

N

S

SS

4. Saya sudah menggunakan fitur layanan GoFood *

- STS
- TS
- N
- S
- SS



5. Orang terdekat (pasangan, teman, keluarga, dan lain-lain) bisa mempengaruhi saya untuk menggunakan layanan GoFood *

- STS
- TS
- N
- S
- SS

6. Orang yang saya anggap penting (atasan, guru / dosen, ulama, pemerintah, dan lain-lain) bisa mempengaruhi saya untuk menggunakan layanan GoFood *

- STS
- TS
- N
- S
- SS



7. Teknologi smartphone yang saya gunakan mendukung saya untuk menggunakan layanan GoFood *

- STS
- TS
- N
- S
- SS

8. Ketersediaan jaringan internet mendukung saya menggunakan layanan GoFood *

- STS
- TS
- N
- S
- SS



9. Layanan GoFood memudahkan saya untuk berbelanja online dengan nyaman *

- STS
- TS
- N
- S
- SS

10. Layanan GoFood memungkinkan saya untuk berbelanja online dengan menyenangkan *

- STS
- TS
- N
- S
- SS



11. Biaya layanan GoFood terjangkau *

- STS
- TS
- N
- S
- SS

12. Biaya layanan GoFood sesuai dengan kualitas layanan yang diberikan *

- STS
- TS
- N
- S
- SS



13. Saya sudah pernah menggunakan layanan GoFood *

- STS
- TS
- N
- S
- SS

14. Saya cukup puas menggunakan layanan GoFood *

- STS
- TS
- N
- S
- SS



15. Saya tertarik menggunakan fitur baru yang ada di layanan GoFood *

- STS
- TS
- N
- S
- SS

16. Saya tertarik menggunakan berbagai fitur yang tersedia di layanan GoFood ShopeeFood *

- STS
 TS
 N
 S
 SS

17. Saya berniat menggunakan layanan GoFood dimana yang akan datang *

- STS
 TS
 N
 S
 SS

18. Saya bersedia merekomendasikan layanan GoFood yang saya gunakan kepada orang lain *

- STS
 TS
 N
 S
 SS

19. Saya telah menggunakan layanan GoFood *

- STS
 TS
 N
 S
 SS

20. Saya telah bertransaksi melalui layanan GoFood *

- STS
 TS
 N
 S
 SS

Kuesioner ShopeeFood

Bersalah dengan cermat dan teliti setiap pertanyaan yang ada, lima alternatif jawaban yang tersedia yaitu:

- STS : Sangat Tidak Setuju
TS : Tidak Setuju
N : Netral
S : Setuju
SS : Sangat Setuju

Responden diminta untuk mengisi setiap pertanyaan dengan 1 pilihan jawaban yang paling sesuai dengan pengalaman diri sendiri. Diharapkan agar tidak ada pertanyaan yang telestrasi.

Selamat Mengetikkan

1. Dengan Menggunakan layanan ShopeeFood, arisan saya dalam hal memesan makanan menjadi lebih * mudah

- STS
- TS
- N
- S
- SS

2. Dengan menggunakan layanan ShopeeFood, saya menjadi lebih produktif*

- STS
- TS
- N
- S
- SS

3. Saya mudah berinteraksi dengan layanan ShopeeFood *

- STS
- TS
- N
- S
- SS

4. Saya mudah mempersiapkan fitur layanan ShopeeFood *

- STS
- TS
- N
- S
- SS

5. Orang terdekat (pasangan, teman, keluarga, dan lain-lain) bisa mempengaruhi saya untuk menggunakan layanan ShopeeFood *

- STS
- TS
- N
- S
- SS

6. Orang yang saya sangat penting (atasan, guru / dosen, ulama, pemerintah, dan lain-lain) bisa mempengaruhi saya untuk menggunakan layanan ShopeeFood *

- STS
- TS
- N
- S
- SS

7. Teknologi marketing yang saya gunakan membuat saya tidak menggunakan layanan ShopeeFood

- STS
- TS
- N
- S
- SS



8. Kenyamanan jaringan internet membuat saya menggunakan layanan ShopeeFood *

- STS
- TS
- N
- S
- SS

9. Layanan ShopeeFood memungkinkan saya untuk berbelanja online dengan nyaman *

- STS
- TS
- N
- S
- SS



10. Layanan ShopeeFood memungkinkan saya untuk berbelanja online dengan menyenangkan *

- STS
- TS
- N
- S
- SS

11. Biaya layanan ShopeeFood terjangkau *

- STS
- TS
- N
- S
- SS



12. Biaya layanan ShopeeFood sesuai dengan kualitas layanan yang diberikan *

- STS
- TS
- N
- S
- SS

13. Saya sudah terbiasa menggunakan layanan ShopeeFood *

- STS
- TS
- N
- S
- SS



14. Saya cukup puas menggunakan layanan ShopeeFood *

- STS
- TS
- N
- S
- SS

15. Saya tertarik menggunakan fitur baru yang ada di layanan ShopeeFood *

- STS
- TS
- N
- S
- SS



16. Saya tertarik menggunakan berbagai fitur yang tersedia di layanan ShopeeFood *

- STS
- TS
- N
- S
- SS

17. Saya berniat menggunakan layanan ShopeeFood di masa yang akan datang *

- STS
- TS
- N
- S
- SS



18. Saya bersedia merekomendasikan layanan ShopeeFood yang saya gunakan kepada orang lain *

- STS
- TS
- N
- S
- SS

19. Saya telah menggunakan layanan SloperFood *

- STS
- TS
- N
- S
- SS

20. Saya telah betrouwaki melalui layanan SloperFood *

- STS
- TS
- N
- S
- SS



Lampiran 2. Tabel r

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Sumber : Junaidi 2010

Lampiran 3. Tabel F

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

Sumber : Junaidi 2010

Lampiran 4. Tabel Durbin Watson

n	k=1		k=2		k=3		k=4		k=5	
	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU
6	0.6102	1.4002								
7	0.6996	1.3564	0.4672	1.8964						
8	0.7629	1.3324	0.5591	1.7771	0.3674	2.2866				
9	0.8243	1.3199	0.6291	1.6993	0.4548	2.1282	0.2957	2.5881		
10	0.8791	1.3197	0.6972	1.6413	0.5253	2.0163	0.3760	2.4137	0.2427	2.8217
11	0.9273	1.3241	0.7580	1.6044	0.5948	1.9280	0.4441	2.2833	0.3155	2.6446
12	0.9708	1.3314	0.8122	1.5794	0.6577	1.8640	0.5120	2.1766	0.3796	2.5061
13	1.0097	1.3404	0.8612	1.5621	0.7147	1.8159	0.5745	2.0943	0.4445	2.3897
14	1.0450	1.3503	0.9054	1.5507	0.7667	1.7788	0.6321	2.0296	0.5052	2.2959
15	1.0770	1.3605	0.9455	1.5432	0.8140	1.7501	0.6852	1.9774	0.5620	2.2198
16	1.1062	1.3709	0.9820	1.5386	0.8572	1.7277	0.7340	1.9351	0.6150	2.1567
17	1.1330	1.3812	1.0154	1.5361	0.8968	1.7101	0.7790	1.9005	0.6641	2.1041
18	1.1576	1.3913	1.0461	1.5353	0.9331	1.6961	0.8204	1.8719	0.7098	2.0600
19	1.1804	1.4012	1.0743	1.5355	0.9666	1.6851	0.8588	1.8482	0.7523	2.0226
20	1.2015	1.4107	1.1004	1.5367	0.9976	1.6763	0.8943	1.8283	0.7918	1.9908
21	1.2212	1.4200	1.1246	1.5385	1.0262	1.6694	0.9272	1.8116	0.8286	1.9635
22	1.2395	1.4289	1.1471	1.5408	1.0529	1.6640	0.9578	1.7974	0.8629	1.9400
23	1.2567	1.4375	1.1682	1.5435	1.0778	1.6597	0.9864	1.7855	0.8949	1.9196
24	1.2728	1.4458	1.1878	1.5464	1.1010	1.6565	1.0131	1.7753	0.9249	1.9018
25	1.2879	1.4537	1.2063	1.5495	1.1228	1.6540	1.0381	1.7666	0.9530	1.8863
26	1.3022	1.4614	1.2236	1.5528	1.1432	1.6523	1.0616	1.7591	0.9794	1.8727
27	1.3157	1.4688	1.2399	1.5562	1.1624	1.6510	1.0836	1.7527	1.0042	1.8608
28	1.3284	1.4759	1.2553	1.5596	1.1805	1.6503	1.1044	1.7473	1.0276	1.8502
29	1.3405	1.4828	1.2699	1.5631	1.1976	1.6499	1.1241	1.7426	1.0497	1.8409
30	1.3520	1.4894	1.2837	1.5666	1.2138	1.6498	1.1426	1.7386	1.0706	1.8326
31	1.3630	1.4957	1.2969	1.5701	1.2292	1.6500	1.1602	1.7352	1.0904	1.8252
32	1.3734	1.5019	1.3093	1.5736	1.2437	1.6505	1.1769	1.7323	1.1092	1.8187
33	1.3834	1.5078	1.3212	1.5770	1.2576	1.6511	1.1927	1.7298	1.1270	1.8128
34	1.3929	1.5136	1.3325	1.5805	1.2707	1.6519	1.2078	1.7277	1.1439	1.8076
35	1.4019	1.5191	1.3433	1.5838	1.2833	1.6528	1.2221	1.7259	1.1601	1.8029
36	1.4107	1.5245	1.3537	1.5872	1.2953	1.6539	1.2358	1.7245	1.1755	1.7987
37	1.4190	1.5297	1.3635	1.5904	1.3068	1.6550	1.2489	1.7233	1.1901	1.7950
38	1.4270	1.5348	1.3730	1.5937	1.3177	1.6563	1.2614	1.7223	1.2042	1.7916
39	1.4347	1.5396	1.3821	1.5969	1.3283	1.6575	1.2734	1.7215	1.2176	1.7886
40	1.4421	1.5444	1.3908	1.6000	1.3384	1.6589	1.2848	1.7209	1.2305	1.7859
41	1.4493	1.5490	1.3992	1.6031	1.3480	1.6603	1.2958	1.7205	1.2428	1.7835
42	1.4562	1.5534	1.4073	1.6061	1.3573	1.6617	1.3064	1.7202	1.2546	1.7814
43	1.4628	1.5577	1.4151	1.6091	1.3663	1.6632	1.3166	1.7200	1.2660	1.7794
44	1.4692	1.5619	1.4226	1.6120	1.3749	1.6647	1.3263	1.7200	1.2769	1.7777
45	1.4754	1.5660	1.4298	1.6148	1.3832	1.6662	1.3357	1.7200	1.2874	1.7762
46	1.4814	1.5700	1.4368	1.6176	1.3912	1.6677	1.3448	1.7201	1.2976	1.7748
47	1.4872	1.5739	1.4435	1.6204	1.3989	1.6692	1.3535	1.7203	1.3073	1.7736
48	1.4928	1.5776	1.4500	1.6231	1.4064	1.6708	1.3619	1.7206	1.3167	1.7725
49	1.4982	1.5813	1.4564	1.6257	1.4136	1.6723	1.3701	1.7210	1.3258	1.7716
50	1.5035	1.5849	1.4625	1.6283	1.4206	1.6739	1.3779	1.7214	1.3346	1.7708
51	1.5086	1.5884	1.4684	1.6309	1.4273	1.6754	1.3855	1.7218	1.3431	1.7701
52	1.5135	1.5917	1.4741	1.6334	1.4339	1.6769	1.3929	1.7223	1.3512	1.7694
53	1.5183	1.5951	1.4797	1.6359	1.4402	1.6785	1.4000	1.7228	1.3592	1.7689
54	1.5230	1.5983	1.4851	1.6383	1.4464	1.6800	1.4069	1.7234	1.3669	1.7684
55	1.5276	1.6014	1.4903	1.6406	1.4523	1.6815	1.4136	1.7240	1.3743	1.7681
56	1.5320	1.6045	1.4954	1.6430	1.4581	1.6830	1.4201	1.7246	1.3815	1.7678
57	1.5363	1.6075	1.5004	1.6452	1.4637	1.6845	1.4264	1.7253	1.3885	1.7675
58	1.5405	1.6105	1.5052	1.6475	1.4692	1.6860	1.4325	1.7259	1.3953	1.7673
59	1.5446	1.6134	1.5099	1.6497	1.4745	1.6875	1.4385	1.7266	1.4019	1.7672
60	1.5485	1.6162	1.5144	1.6518	1.4797	1.6889	1.4443	1.7274	1.4083	1.7671
61	1.5524	1.6189	1.5189	1.6540	1.4847	1.6904	1.4499	1.7281	1.4146	1.7671
62	1.5562	1.6216	1.5232	1.6561	1.4896	1.6918	1.4554	1.7288	1.4206	1.7671
63	1.5599	1.6243	1.5274	1.6581	1.4943	1.6932	1.4607	1.7296	1.4265	1.7671
64	1.5635	1.6268	1.5315	1.6601	1.4990	1.6946	1.4659	1.7303	1.4322	1.7672
65	1.5670	1.6294	1.5355	1.6621	1.5035	1.6960	1.4709	1.7311	1.4378	1.7673
66	1.5704	1.6318	1.5395	1.6640	1.5079	1.6974	1.4758	1.7319	1.4433	1.7675
67	1.5738	1.6343	1.5433	1.6660	1.5122	1.6988	1.4806	1.7327	1.4486	1.7676
68	1.5771	1.6367	1.5470	1.6678	1.5164	1.7001	1.4853	1.7335	1.4537	1.7678
69	1.5803	1.6390	1.5507	1.6697	1.5205	1.7015	1.4899	1.7343	1.4588	1.7680
70	1.5834	1.6413	1.5542	1.6715	1.5245	1.7028	1.4943	1.7351	1.4637	1.7683

n	k=1		k=2		k=3		k=4		k=5	
	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU
71	1.5865	1.6435	1.5577	1.6733	1.5284	1.7041	1.4987	1.7358	1.4685	1.7685
72	1.5895	1.6457	1.5611	1.6751	1.5323	1.7054	1.5029	1.7366	1.4732	1.7688
73	1.5924	1.6479	1.5645	1.6768	1.5360	1.7067	1.5071	1.7375	1.4778	1.7691
74	1.5953	1.6500	1.5677	1.6785	1.5397	1.7079	1.5112	1.7383	1.4822	1.7694
75	1.5981	1.6521	1.5709	1.6802	1.5432	1.7092	1.5151	1.7390	1.4866	1.7698
76	1.6009	1.6541	1.5740	1.6819	1.5467	1.7104	1.5190	1.7399	1.4909	1.7701
77	1.6036	1.6561	1.5771	1.6835	1.5502	1.7117	1.5228	1.7407	1.4950	1.7704
78	1.6063	1.6581	1.5801	1.6851	1.5535	1.7129	1.5265	1.7415	1.4991	1.7708
79	1.6089	1.6601	1.5830	1.6867	1.5568	1.7141	1.5302	1.7423	1.5031	1.7712
80	1.6114	1.6620	1.5859	1.6882	1.5600	1.7153	1.5337	1.7430	1.5070	1.7716
81	1.6139	1.6639	1.5888	1.6898	1.5632	1.7164	1.5372	1.7438	1.5109	1.7720
82	1.6164	1.6657	1.5915	1.6913	1.5663	1.7176	1.5406	1.7446	1.5146	1.7724
83	1.6188	1.6675	1.5942	1.6928	1.5693	1.7187	1.5440	1.7454	1.5183	1.7728
84	1.6212	1.6693	1.5969	1.6942	1.5723	1.7199	1.5472	1.7462	1.5219	1.7732
85	1.6235	1.6711	1.5995	1.6957	1.5752	1.7210	1.5505	1.7470	1.5254	1.7736
86	1.6258	1.6728	1.6021	1.6971	1.5780	1.7221	1.5536	1.7478	1.5289	1.7740
87	1.6280	1.6745	1.6046	1.6985	1.5808	1.7232	1.5567	1.7485	1.5322	1.7745
88	1.6302	1.6762	1.6071	1.6999	1.5836	1.7243	1.5597	1.7493	1.5356	1.7749
89	1.6324	1.6778	1.6095	1.7013	1.5863	1.7254	1.5627	1.7501	1.5388	1.7754
90	1.6345	1.6794	1.6119	1.7026	1.5889	1.7264	1.5656	1.7508	1.5420	1.7758
91	1.6366	1.6810	1.6143	1.7040	1.5915	1.7275	1.5685	1.7516	1.5452	1.7763
92	1.6387	1.6826	1.6166	1.7053	1.5941	1.7285	1.5713	1.7523	1.5482	1.7767
93	1.6407	1.6841	1.6188	1.7066	1.5966	1.7295	1.5741	1.7531	1.5513	1.7772
94	1.6427	1.6857	1.6211	1.7078	1.5991	1.7306	1.5768	1.7538	1.5542	1.7776
95	1.6447	1.6872	1.6233	1.7091	1.6015	1.7316	1.5795	1.7546	1.5572	1.7781
96	1.6466	1.6887	1.6254	1.7103	1.6039	1.7326	1.5821	1.7553	1.5600	1.7785
97	1.6485	1.6901	1.6275	1.7116	1.6063	1.7335	1.5847	1.7560	1.5628	1.7790
98	1.6504	1.6916	1.6296	1.7128	1.6086	1.7345	1.5872	1.7567	1.5656	1.7795
99	1.6522	1.6930	1.6317	1.7140	1.6108	1.7355	1.5897	1.7575	1.5683	1.7799
100	1.6540	1.6944	1.6337	1.7152	1.6131	1.7364	1.5922	1.7582	1.5710	1.7804
101	1.6558	1.6958	1.6357	1.7163	1.6153	1.7374	1.5946	1.7589	1.5736	1.7809
102	1.6576	1.6971	1.6376	1.7175	1.6174	1.7383	1.5969	1.7596	1.5762	1.7813
103	1.6593	1.6985	1.6396	1.7186	1.6196	1.7392	1.5993	1.7603	1.5788	1.7818
104	1.6610	1.6998	1.6415	1.7198	1.6217	1.7402	1.6016	1.7610	1.5813	1.7823
105	1.6627	1.7011	1.6433	1.7209	1.6237	1.7411	1.6038	1.7617	1.5837	1.7827
106	1.6644	1.7024	1.6452	1.7220	1.6258	1.7420	1.6061	1.7624	1.5861	1.7832
107	1.6660	1.7037	1.6470	1.7231	1.6277	1.7428	1.6083	1.7631	1.5885	1.7837
108	1.6676	1.7050	1.6488	1.7241	1.6297	1.7437	1.6104	1.7637	1.5909	1.7841
109	1.6692	1.7062	1.6505	1.7252	1.6317	1.7446	1.6125	1.7644	1.5932	1.7846
110	1.6708	1.7074	1.6523	1.7262	1.6336	1.7455	1.6146	1.7651	1.5955	1.7851
111	1.6723	1.7086	1.6540	1.7273	1.6355	1.7463	1.6167	1.7657	1.5977	1.7855
112	1.6738	1.7098	1.6557	1.7283	1.6373	1.7472	1.6187	1.7664	1.5999	1.7860
113	1.6753	1.7110	1.6574	1.7293	1.6391	1.7480	1.6207	1.7670	1.6021	1.7864
114	1.6768	1.7122	1.6590	1.7303	1.6410	1.7488	1.6227	1.7677	1.6042	1.7869
115	1.6783	1.7133	1.6606	1.7313	1.6427	1.7496	1.6246	1.7683	1.6063	1.7874
116	1.6797	1.7145	1.6622	1.7323	1.6445	1.7504	1.6265	1.7690	1.6084	1.7878
117	1.6812	1.7156	1.6638	1.7332	1.6462	1.7512	1.6284	1.7696	1.6105	1.7883
118	1.6826	1.7167	1.6653	1.7342	1.6479	1.7520	1.6303	1.7702	1.6125	1.7887
119	1.6839	1.7178	1.6669	1.7352	1.6496	1.7528	1.6321	1.7709	1.6145	1.7892
120	1.6853	1.7189	1.6684	1.7361	1.6513	1.7536	1.6339	1.7715	1.6164	1.7896
121	1.6867	1.7200	1.6699	1.7370	1.6529	1.7544	1.6357	1.7721	1.6184	1.7901
122	1.6880	1.7210	1.6714	1.7379	1.6545	1.7552	1.6375	1.7727	1.6203	1.7905
123	1.6893	1.7221	1.6728	1.7388	1.6561	1.7559	1.6392	1.7733	1.6222	1.7910
124	1.6906	1.7231	1.6743	1.7397	1.6577	1.7567	1.6409	1.7739	1.6240	1.7914
125	1.6919	1.7241	1.6757	1.7406	1.6592	1.7574	1.6426	1.7745	1.6258	1.7919
126	1.6932	1.7252	1.6771	1.7415	1.6608	1.7582	1.6443	1.7751	1.6276	1.7923
127	1.6944	1.7261	1.6785	1.7424	1.6623	1.7589	1.6460	1.7757	1.6294	1.7928
128	1.6957	1.7271	1.6798	1.7432	1.6638	1.7596	1.6476	1.7763	1.6312	1.7932
129	1.6969	1.7281	1.6812	1.7441	1.6653	1.7603	1.6492	1.7769	1.6329	1.7937
130	1.6981	1.7291	1.6825	1.7449	1.6667	1.7610	1.6508	1.7774	1.6346	1.7941
131	1.6993	1.7301	1.6838	1.7458	1.6682	1.7617	1.6523	1.7780	1.6363	1.7945
132	1.7005	1.7310	1.6851	1.7466	1.6696	1.7624	1.6539	1.7786	1.6380	1.7950
133	1.7017	1.7319	1.6864	1.7474	1.6710	1.7631	1.6554	1.7791	1.6397	1.7954
134	1.7028	1.7329	1.6877	1.7482	1.6724	1.7638	1.6569	1.7797	1.6413	1.7958
135	1.7040	1.7338	1.6889	1.7490	1.6738	1.7645	1.6584	1.7802	1.6429	1.7962
136	1.7051	1.7347	1.6902	1.7498	1.6751	1.7652	1.6599	1.7808	1.6445	1.7967

Sumber : Junaidi 2010

Lampiran 5. Tabel T

Tabel t

df	0,05	0,025	df	0,05	0,025	df	0,05	0,025	df	0,05	0,025
1	6.314	12.706	51	1.675	2.008	101	1.660	1.984	151	1.655	1.976
2	2.920	4.303	52	1.675	2.007	102	1.660	1.983	152	1.655	1.976
3	2.353	3.182	53	1.674	2.006	103	1.660	1.983	153	1.655	1.976
4	2.132	2.776	54	1.674	2.005	104	1.660	1.983	154	1.655	1.975
5	2.015	2.571	55	1.673	2.004	105	1.659	1.983	155	1.655	1.975
6	1.943	2.447	56	1.673	2.003	106	1.659	1.983	156	1.655	1.975
7	1.895	2.365	57	1.672	2.002	107	1.659	1.982	157	1.655	1.975
8	1.860	2.306	58	1.672	2.002	108	1.659	1.982	158	1.655	1.975
9	1.833	2.262	59	1.671	2.001	109	1.659	1.982	159	1.654	1.975
10	1.812	2.228	60	1.671	2.000	110	1.659	1.982	160	1.654	1.975
11	1.796	2.201	61	1.670	2.000	111	1.659	1.982	161	1.654	1.975
12	1.782	2.179	62	1.670	1.999	112	1.659	1.981	162	1.654	1.975
13	1.771	2.160	63	1.669	1.998	113	1.658	1.981	163	1.654	1.975
14	1.761	2.145	64	1.669	1.998	114	1.658	1.981	164	1.654	1.975
15	1.753	2.131	65	1.669	1.997	115	1.658	1.981	165	1.654	1.974
16	1.746	2.120	66	1.668	1.997	116	1.658	1.981	166	1.654	1.974
17	1.740	2.110	67	1.668	1.996	117	1.658	1.980	167	1.654	1.974
18	1.734	2.101	68	1.668	1.995	118	1.658	1.980	168	1.654	1.974
19	1.729	2.093	69	1.667	1.995	119	1.658	1.980	169	1.654	1.974
20	1.725	2.086	70	1.667	1.994	120	1.658	1.980	170	1.654	1.974
21	1.721	2.080	71	1.667	1.994	121	1.658	1.980	171	1.654	1.974
22	1.717	2.074	72	1.666	1.993	122	1.657	1.980	172	1.654	1.974
23	1.714	2.069	73	1.666	1.993	123	1.657	1.979	173	1.654	1.974
24	1.711	2.064	74	1.666	1.993	124	1.657	1.979	174	1.654	1.974
25	1.708	2.060	75	1.665	1.992	125	1.657	1.979	175	1.654	1.974
26	1.706	2.056	76	1.665	1.992	126	1.657	1.979	176	1.654	1.974
27	1.703	2.052	77	1.665	1.991	127	1.657	1.979	177	1.654	1.973
28	1.701	2.048	78	1.665	1.991	128	1.657	1.979	178	1.653	1.973
29	1.699	2.045	79	1.664	1.990	129	1.657	1.979	179	1.653	1.973
30	1.697	2.042	80	1.664	1.990	130	1.657	1.978	180	1.653	1.973
31	1.696	2.040	81	1.664	1.990	131	1.657	1.978	181	1.653	1.973
32	1.694	2.037	82	1.664	1.989	132	1.656	1.978	182	1.653	1.973

33	1.692	2.035	83	1.663	1.989	133	1.656	1.978	183	1.653	1.973
34	1.691	2.032	84	1.663	1.989	134	1.656	1.978	184	1.653	1.973
35	1.690	2.030	85	1.663	1.988	135	1.656	1.978	185	1.653	1.973
36	1.688	2.028	86	1.663	1.988	136	1.656	1.978	186	1.653	1.973
37	1.687	2.026	87	1.663	1.988	137	1.656	1.977	187	1.653	1.973
38	1.686	2.024	88	1.662	1.987	138	1.656	1.977	188	1.653	1.973
39	1.685	2.023	89	1.662	1.987	139	1.656	1.977	189	1.653	1.973
40	1.684	2.021	90	1.662	1.987	140	1.656	1.977	190	1.653	1.973
41	1.683	2.020	91	1.662	1.986	141	1.656	1.977	191	1.653	1.972
42	1.682	2.018	92	1.662	1.986	142	1.656	1.977	192	1.653	1.972
43	1.681	2.017	93	1.661	1.986	143	1.656	1.977	193	1.653	1.972
44	1.680	2.015	94	1.661	1.986	144	1.656	1.977	194	1.653	1.972
45	1.679	2.014	95	1.661	1.985	145	1.655	1.976	195	1.653	1.972
46	1.679	2.013	96	1.661	1.985	146	1.655	1.976	196	1.653	1.972
47	1.678	2.012	97	1.661	1.985	147	1.655	1.976	197	1.653	1.972
48	1.677	2.011	98	1.661	1.984	148	1.655	1.976	198	1.653	1.972
49	1.677	2.010	99	1.660	1.984	149	1.655	1.976	199	1.653	1.972
50	1.676	2.009	100	1.660	1.984	150	1.655	1.976	200	1.653	1.972

Sumber : Sujarweni, 2014

Lampiran 6. Karakteristik Responden

No Resp	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Lama Penggunaan
1	Laki - laki	15 - 25	Mahasiswa/i	1 - 2 Tahun
2	Perempuan	15 - 25	Mahasiswa/i	1 - 2 Tahun
3	Perempuan	15 - 25	Mahasiswa/i	1 - 2 Tahun
4	Perempuan	15 - 25	Mahasiswa/i	1 - 2 Tahun
5	Laki - laki	26 - 35	Karyawan Swasta	> 3 Tahun
6	Laki - laki	15 - 25	Lainnya	> 3 Tahun
7	Laki - laki	15 - 25	Mahasiswa/i	2 - 3 Tahun
8	Laki - laki	15 - 25	Mahasiswa/i	1 - 2 Tahun
9	Laki - laki	15 - 25	Mahasiswa/i	2 - 3 Tahun
10	Laki - laki	15 - 25	Mahasiswa/i	> 3 Tahun
11	Laki - laki	15 - 25	Mahasiswa/i	> 3 Tahun
12	Laki - laki	15 - 25	Mahasiswa/i	1 - 2 Tahun
13	Laki - laki	15 - 25	Mahasiswa/i	2 - 3 Tahun
14	Perempuan	15 - 25	Mahasiswa/i	2 - 3 Tahun
15	Perempuan	15 - 25	Karyawan Swasta	> 3 Tahun
16	Laki - laki	15 - 25	Karyawan Swasta	1 - 2 Tahun
17	Laki - laki	15 - 25	Mahasiswa/i	2 - 3 Tahun
18	Laki - laki	15 - 25	Karyawan Swasta	> 3 Tahun
19	Perempuan	15 - 25	Karyawan Swasta	> 3 Tahun
20	Perempuan	15 - 25	Mahasiswa/i	1 - 2 Tahun
21	Laki - laki	15 - 25	Mahasiswa/i	1 - 2 Tahun
22	Perempuan	15 - 25	Mahasiswa/i	2 - 3 Tahun
23	Laki - laki	15 - 25	Mahasiswa/i	1 - 2 Tahun
24	Laki - laki	15 - 25	Mahasiswa/i	> 3 Tahun
25	Laki - laki	15 - 25	Karyawan Swasta	2 - 3 Tahun
26	Perempuan	15 - 25	Mahasiswa/i	> 3 Tahun
27	Perempuan	15 - 25	Mahasiswa/i	1 - 2 Tahun
28	Laki - laki	15 - 25	Mahasiswa/i	> 3 Tahun
29	Laki - laki	15 - 25	Mahasiswa/i	1 - 2 Tahun
30	Perempuan	15 - 25	Mahasiswa/i	2 - 3 Tahun
31	Perempuan	15 - 25	Mahasiswa/i	1 - 2 Tahun
32	Perempuan	15 - 25	Karyawan Swasta	2 - 3 Tahun
33	Perempuan	26 - 35	Karyawan Swasta	2 - 3 Tahun
34	Perempuan	15 - 25	Karyawan Swasta	2 - 3 Tahun
35	Perempuan	15 - 25	Lainnya	> 3 Tahun
36	Perempuan	15 - 25	Mahasiswa/i	> 3 Tahun
37	Perempuan	15 - 25	Mahasiswa/i	> 3 Tahun
38	Laki - laki	15 - 25	Mahasiswa/i	2 - 3 Tahun
39	Laki - laki	15 - 25	Mahasiswa/i	> 3 Tahun
40	Perempuan	15 - 25	Karyawan Swasta	2 - 3 Tahun
41	Perempuan	15 - 25	Mahasiswa/i	> 3 Tahun
42	Perempuan	15 - 25	Karyawan Swasta	2 - 3 Tahun
43	Perempuan	15 - 25	Karyawan Swasta	2 - 3 Tahun
44	Laki - laki	15 - 25	Karyawan Swasta	2 - 3 Tahun

Lampiran 6 Karakteristik Responden (*Lanjutan*)

45	Laki - laki	15 - 25	Siswa/i	1 - 2 Tahun
46	Perempuan	15 - 25	Mahasiswa/i	> 3 Tahun
47	Perempuan	15 - 25	Mahasiswa/i	> 3 Tahun
48	Laki - laki	15 - 25	Mahasiswa/i	> 3 Tahun
49	Laki - laki	15 - 25	Karyawan Swasta	2 - 3 Tahun
50	Perempuan	26 - 35	Mahasiswa/i	> 3 Tahun
51	Perempuan	15 - 25	Mahasiswa/i	2 - 3 Tahun
52	Perempuan	15 - 25	Karyawan Swasta	2 - 3 Tahun
53	Laki - laki	46 - 55	Lainnya	1 - 2 Tahun
54	Laki - laki	15 - 25	Siswa/i	2 - 3 Tahun
55	Perempuan	15 - 25	Mahasiswa/i	2 - 3 Tahun
56	Perempuan	15 - 25	Mahasiswa/i	2 - 3 Tahun
57	Perempuan	15 - 25	Lainnya	2 - 3 Tahun
58	Perempuan	15 - 25	Mahasiswa/i	> 3 Tahun
59	Perempuan	15 - 25	Lainnya	> 3 Tahun
60	Laki - laki	15 - 25	Karyawan Swasta	2 - 3 Tahun
61	Laki - laki	15 - 25	Karyawan Swasta	> 3 Tahun
62	Laki - laki	15 - 25	Lainnya	1 - 2 Tahun
63	Laki - laki	15 - 25	Karyawan Swasta	2 - 3 Tahun
64	Laki - laki	15 - 25	Karyawan Swasta	2 - 3 Tahun
65	Perempuan	15 - 25	Karyawan Swasta	2 - 3 Tahun
66	Perempuan	15 - 25	Lainnya	> 3 Tahun
67	Laki - laki	26 - 35	Karyawan Swasta	1 - 2 Tahun
68	Perempuan	26 - 35	IRT (Ibu Rumah Tangga)	2 - 3 Tahun
69	Laki - laki	15 - 25	Karyawan Swasta	2 - 3 Tahun
70	Laki - laki	46 - 55	Karyawan Swasta	1 - 2 Tahun
71	Laki - laki	15 - 25	Mahasiswa/i	1 - 2 Tahun
72	Laki - laki	15 - 25	Karyawan Swasta	> 3 Tahun
73	Perempuan	15 - 25	Mahasiswa/i	> 3 Tahun
74	Perempuan	15 - 25	Mahasiswa/i	1 - 2 Tahun
75	Perempuan	15 - 25	Mahasiswa/i	1 - 2 Tahun
76	Laki - laki	15 - 25	Mahasiswa/i	1 - 2 Tahun
77	Laki - laki	15 - 25	Karyawan Swasta	> 3 Tahun
78	Laki - laki	15 - 25	Lainnya	> 3 Tahun
79	Laki - laki	15 - 25	Mahasiswa/i	2 - 3 Tahun
80	Perempuan	15 - 25	Mahasiswa/i	1 - 2 Tahun
81	Laki - laki	15 - 25	Karyawan Swasta	> 3 Tahun
82	Laki - laki	15 - 25	Mahasiswa/i	> 3 Tahun
83	Perempuan	15 - 25	Karyawan Swasta	> 3 Tahun
84	Laki - laki	15 - 25	Lainnya	> 3 Tahun
85	Perempuan	15 - 25	Karyawan Swasta	1 - 2 Tahun
86	Laki - laki	15 - 25	Mahasiswa/i	> 3 Tahun
87	Perempuan	15 - 25	Karyawan Swasta	1 - 2 Tahun
88	Laki - laki	15 - 25	Lainnya	2 - 3 Tahun
89	Perempuan	15 - 25	Karyawan Swasta	> 3 Tahun
90	Laki - laki	15 - 25	Karyawan Swasta	2 - 3 Tahun
91	Laki - laki	15 - 25	Mahasiswa/i	> 3 Tahun
92	Perempuan	15 - 25	Karyawan Swasta	> 3 Tahun

Lampiran 6. Karakteristik Responden (Lanjutan)

93	Laki - laki	15 - 25	Lainnya	1 - 2 Tahun
94	Laki - laki	15 - 25	Mahasiswa/i	1 - 2 Tahun
95	Perempuan	15 - 25	Mahasiswa/i	> 3 Tahun
96	Perempuan	15 - 25	Mahasiswa/i	1 - 2 Tahun
97	Laki - laki	15 - 25	Mahasiswa/i	> 3 Tahun
98	Laki - laki	15 - 25	Mahasiswa/i	> 3 Tahun
99	Laki - laki	15 - 25	Mahasiswa/i	1 - 2 Tahun
100	Perempuan	15 - 25	Siswa/i	2 - 3 Tahun

Lampiran 7. Tabulasi Data GoFood

NO RESP	PE		total x1	EE		total x2	SI		total x3
	x1p1	x1p2		x2p1	x2p2		x3p1	x3p2	
1	3	3	6	3	3	6	3	3	6
2	5	4	9	4	4	8	4	4	8
3	4	3	7	4	4	8	4	4	8
4	4	4	8	5	4	9	4	3	7
5	5	5	10	5	5	10	5	5	10
6	5	4	9	4	4	8	4	4	8
7	5	3	8	4	5	9	3	3	6
8	5	4	9	5	5	10	3	3	6
9	4	4	8	4	4	8	4	4	8
10	5	3	8	4	4	8	3	3	6
11	5	4	9	4	5	9	5	5	10
12	4	4	8	4	4	8	4	4	8
13	4	4	8	4	4	8	4	3	7
14	5	4	9	5	5	10	5	5	10
15	4	4	8	3	3	6	4	4	8
16	5	5	10	5	5	10	3	3	6
17	5	3	8	4	5	9	4	3	7
18	4	3	7	5	4	9	4	3	7
19	4	4	8	4	4	8	4	4	8
20	5	3	8	5	5	10	5	5	10
21	5	3	8	4	4	8	3	3	6
22	5	5	10	5	5	10	5	5	10
23	5	4	9	4	4	8	4	3	7
24	4	4	8	3	4	7	3	3	6
25	4	4	8	4	4	8	3	4	7
26	5	4	9	4	5	9	4	4	8
27	5	5	10	5	5	10	5	5	10
28	4	4	8	5	5	10	5	3	8
29	4	4	8	4	4	8	4	3	7
30	5	4	9	4	5	9	3	4	7
31	5	5	10	5	5	10	4	4	8
32	4	4	8	4	4	8	5	4	9
33	3	3	6	3	4	7	4	3	7
34	5	4	9	5	5	10	5	4	9
35	5	4	9	5	5	10	5	4	9
36	5	4	9	4	4	8	4	4	8
37	5	4	9	4	5	9	4	4	8
38	4	3	7	4	4	8	3	3	6
39	5	3	8	5	5	10	3	3	6
40	5	5	10	5	5	10	5	5	10
41	5	4	9	4	4	8	4	4	8
42	4	3	7	3	4	7	4	4	8

Lampiran 7. Tabulasi Data GoFood (Lanjutan)

43	5	5	10	5	5	10	5	5	10
44	5	4	9	4	5	9	3	3	6
45	3	3	6	4	4	8	3	3	6
46	5	5	10	5	5	10	5	5	10
47	5	3	8	5	5	10	3	3	6
48	5	5	10	5	5	10	3	3	6
49	5	5	10	5	5	10	5	5	10
50	5	5	10	5	5	10	4	4	8
51	5	5	10	5	4	9	5	4	9
52	5	4	9	4	4	8	5	4	9
53	4	3	7	4	4	8	3	3	6
54	5	4	9	4	5	9	4	3	7
55	5	3	8	4	3	7	4	4	8
56	4	3	7	5	5	10	5	5	10
57	5	5	10	4	4	8	3	3	6
58	5	3	8	4	4	8	4	3	7
59	3	3	6	3	3	6	3	3	6
60	5	4	9	5	3	8	3	3	6
61	5	5	10	5	5	10	4	4	8
62	4	3	7	4	3	7	4	3	7
63	5	3	8	5	5	10	5	5	10
64	4	4	8	4	4	8	4	4	8
65	4	4	8	3	3	6	3	3	6
66	4	2	6	4	5	9	4	3	7
67	3	3	6	4	4	8	4	3	7
68	5	3	8	3	3	6	4	3	7
69	4	3	7	5	3	8	5	4	9
70	4	3	7	4	4	8	4	3	7
71	5	4	9	5	5	10	4	3	7
72	5	3	8	4	4	8	5	3	8
73	5	3	8	4	5	9	4	4	8
74	4	4	8	3	5	8	4	3	7
75	5	5	10	5	4	9	5	4	9
76	4	4	8	4	4	8	4	3	7
77	5	4	9	5	5	10	4	4	8
78	4	3	7	4	5	9	3	3	6
79	4	4	8	5	5	10	4	3	7
80	4	4	8	4	4	8	4	4	8
81	5	5	10	5	5	10	5	3	8
82	4	5	9	5	4	9	3	5	8
83	5	5	10	5	5	10	4	5	9
84	5	4	9	4	4	8	4	3	7
85	5	5	10	5	4	9	4	5	9
86	5	4	9	5	5	10	4	3	7
87	5	4	9	5	4	9	4	4	8
88	5	4	9	4	4	8	4	4	8

Lampiran 7. Tabulas Data GoFood (Lanjutan)

89	5	5	10	5	5	10	5	3	8
90	5	5	10	5	5	10	5	5	10
91	5	5	10	5	5	10	5	4	9
92	5	3	8	4	5	9	4	4	8
93	5	4	9	5	5	10	4	4	8
94	5	5	10	5	5	10	5	5	10
95	5	5	10	5	5	10	4	4	8
96	4	4	8	4	4	8	5	4	9
97	5	4	9	5	5	10	3	3	6
98	4	4	8	4	4	8	4	3	7
99	5	4	9	5	4	9	3	4	7
100	4	3	7	4	4	8	5	4	9

FC		total x4	HM		total x5	PV		total x6	H		total x7
x4p1	x4p2		x5p1	x5p2		x6p1	x6p2		x7p1	x7p2	
3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	6
4	4	8	4	4	8	4	4	8	4	4	8
3	4	7	4	4	8	4	4	8	4	3	7
4	4	8	5	4	9	3	4	7	3	3	6
5	5	10	5	5	10	4	4	8	5	5	10
5	5	10	4	4	8	3	3	6	4	4	8
4	5	9	4	5	9	4	4	8	4	3	7
5	5	10	4	4	8	5	5	10	4	3	7
4	4	8	4	4	8	3	3	6	4	3	7
4	4	8	4	4	8	4	4	8	4	3	7
5	5	10	5	5	10	5	5	10	4	4	8
4	3	7	3	3	6	3	3	6	4	3	7
4	4	8	4	4	8	4	4	8	4	4	8
5	5	10	5	5	10	5	5	10	4	4	8
5	5	10	4	5	9	3	3	6	4	4	8
4	4	8	5	4	9	4	3	7	4	3	7
5	5	10	4	4	8	3	4	7	4	3	7
4	4	8	4	4	8	3	4	7	4	4	8
4	4	8	4	4	8	4	4	8	4	4	8
5	5	10	4	4	8	4	4	8	5	3	8
5	5	10	4	4	8	3	3	6	5	4	9
5	5	10	5	5	10	5	5	10	5	5	10
4	4	8	3	4	7	3	3	6	4	3	7
4	4	8	4	4	8	4	4	8	4	4	8
5	4	9	4	5	9	4	4	8	5	4	9
5	5	10	4	5	9	4	4	8	5	4	9
5	5	10	5	5	10	5	5	10	5	5	10
5	5	10	5	5	10	3	3	6	5	4	9

4	4	8	4	4	8	3	3	6	4	3	7
5	4	9	4	4	8	3	4	7	4	4	8
5	4	9	5	4	9	5	5	10	4	5	9
5	5	10	4	4	8	3	4	7	4	3	7
3	4	7	4	4	8	3	3	6	3	3	6
5	5	10	4	5	9	4	4	8	5	5	10
5	5	10	5	5	10	4	5	9	4	4	8
5	5	10	4	4	8	3	3	6	4	4	8
5	5	10	5	5	10	4	4	8	4	3	7
4	4	8	3	3	6	3	4	7	3	3	6
5	5	10	4	4	8	3	3	6	4	5	9
5	5	10	5	5	10	4	5	9	5	5	10
5	4	9	4	4	8	4	4	8	4	3	7
3	3	6	4	4	8	3	3	6	4	3	7
5	5	10	5	5	10	5	5	10	5	5	10
5	5	10	5	5	10	5	4	9	4	4	8
3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	6
5	5	10	5	5	10	3	3	6	4	3	7
5	4	9	4	5	9	4	5	9	4	4	8
5	5	10	4	4	8	3	3	6	3	3	6
5	5	10	5	5	10	5	5	10	5	5	10
4	4	8	4	4	8	4	4	8	4	4	8
5	5	10	5	5	10	5	5	10	5	5	10
4	4	8	4	4	8	4	4	8	4	4	8
5	5	10	3	3	6	3	3	6	4	3	7
5	5	10	3	4	7	4	4	8	4	4	8
5	5	10	3	3	6	3	3	6	4	3	7
5	5	10	4	5	9	3	3	6	3	3	6
5	5	10	4	4	8	3	4	7	3	3	6
5	5	10	5	4	9	3	3	6	4	4	8
3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	6
4	4	8	4	4	8	3	3	6	4	3	7
5	5	10	5	5	10	5	5	10	5	5	10
4	5	9	4	3	7	3	3	6	4	3	7
5	5	10	5	5	10	4	4	8	5	4	9
5	4	9	4	4	8	3	4	7	3	3	6
4	3	7	4	3	7	4	3	7	4	4	8
4	5	9	4	4	8	3	3	6	3	3	6
4	4	8	3	3	6	3	3	6	3	3	6
4	5	9	3	3	6	3	3	6	3	3	6
5	5	10	4	5	9	3	3	6	3	3	6
5	5	10	3	4	7	3	3	6	4	3	7
5	5	10	3	4	7	3	3	6	4	4	8
5	5	10	4	4	8	3	4	7	4	3	7
4	4	8	5	5	10	3	4	7	5	4	9
5	5	10	4	4	8	3	3	6	4	3	7
5	4	9	4	4	8	3	3	6	3	3	6

4	4	8	4	4	8	3	4	7	3	3	6
5	5	10	5	4	9	4	4	8	4	4	8
5	5	10	4	4	8	3	3	6	4	4	8
4	5	9	5	5	10	3	4	7	3	3	6
3	3	6	4	3	7	3	3	6	3	3	6
5	5	10	4	4	8	4	4	8	4	3	7
5	5	10	4	4	8	5	5	10	5	3	8
5	5	10	5	5	10	5	5	10	4	5	9
4	5	9	5	5	10	3	4	7	4	3	7
4	5	9	5	4	9	3	4	7	3	4	7
4	5	9	5	3	8	5	4	9	5	3	8
5	5	10	5	5	10	3	4	7	4	3	7
4	4	8	4	4	8	4	4	8	4	4	8
5	5	10	5	5	10	4	4	8	5	4	9
5	5	10	5	5	10	5	5	10	5	4	9
5	5	10	5	5	10	3	4	7	5	5	10
4	4	8	4	4	8	3	3	6	4	3	7
4	4	8	5	5	10	4	4	8	5	4	9
5	5	10	5	5	10	5	5	10	5	5	10
5	5	10	5	5	10	4	4	8	5	3	8
5	5	10	5	5	10	3	4	7	4	3	7
5	5	10	5	5	10	3	3	6	5	3	8
4	4	8	4	4	8	4	3	7	4	3	7
4	5	9	5	5	10	3	3	6	5	5	10
4	4	8	5	3	8	3	3	6	5	3	8

PI		total x8	BI		total yi	UB		total y2
x8p1	x8p2		yip1	y1p2		y2p1	y2p2	
3	3	6	3	3	6	3	3	6
4	4	8	4	4	8	4	4	8
4	4	8	3	4	7	4	4	8
4	4	8	4	4	8	4	4	8
5	5	10	5	5	10	5	5	10
4	4	8	4	4	8	4	4	8
4	4	8	5	4	9	5	5	10
3	3	6	3	4	7	4	4	8
3	4	7	3	3	6	3	3	6
3	3	6	4	3	7	4	4	8
3	3	6	3	3	6	3	5	8
3	4	7	4	3	7	4	4	8
5	5	10	5	5	10	5	5	10
4	4	8	4	4	8	5	5	10
3	4	7	3	4	7	4	4	8

4	4	8	4	4	8	4	4	8
4	4	8	5	5	10	4	4	8
4	4	8	4	4	8	4	4	8
4	4	8	4	4	8	4	4	8
4	5	9	5	5	10	5	5	10
4	4	8	4	3	7	4	4	8
5	5	10	5	5	10	5	5	10
3	4	7	4	4	8	5	4	9
4	4	8	5	5	10	4	4	8
5	4	9	4	4	8	4	4	8
5	4	9	4	4	8	5	5	10
5	5	10	5	5	10	5	5	10
5	5	10	4	5	9	5	5	10
3	3	6	4	4	8	4	4	8
4	4	8	5	5	10	4	4	8
4	4	8	4	5	9	5	5	10
4	4	8	4	4	8	4	4	8
3	3	6	4	3	7	4	4	8
5	5	10	5	5	10	5	5	10
4	4	8	4	4	8	4	4	8
4	4	8	4	4	8	4	4	8
3	3	6	4	3	7	4	4	8
5	5	10	5	5	10	5	5	10
4	4	8	4	4	8	4	4	8
4	4	8	4	4	8	4	4	8
5	5	10	5	5	10	5	4	9
4	4	8	5	4	9	5	5	10
3	3	6	3	4	7	4	3	7
3	3	6	5	5	10	5	5	10
4	4	8	5	4	9	4	4	8
4	5	9	4	4	8	5	5	10
5	5	10	5	5	10	5	5	10
4	4	8	4	4	8	4	4	8
5	5	10	5	5	10	4	5	9
4	4	8	5	4	9	5	5	10
4	3	7	4	3	7	4	4	8
4	4	8	4	4	8	4	4	8
3	4	7	3	3	6	5	5	10
4	3	7	5	3	8	5	5	10
4	4	8	4	5	9	5	5	10
4	4	8	4	5	9	5	5	10
3	3	6	3	3	6	3	3	6
4	4	8	5	3	8	3	4	7
5	5	10	5	5	10	5	5	10
3	3	6	4	4	8	4	4	8
5	5	10	5	5	10	5	5	10

4	4	8	4	4	8	4	4	8
3	3	6	4	3	7	4	3	7
3	3	6	4	4	8	4	4	8
4	4	8	3	4	7	4	4	8
4	4	8	4	4	8	5	5	10
4	4	8	5	4	9	5	5	10
3	4	7	4	4	8	4	4	8
4	4	8	4	4	8	5	5	10
5	4	9	4	3	7	5	5	10
4	4	8	4	4	8	4	4	8
4	4	8	4	3	7	4	4	8
5	4	9	5	4	9	4	4	8
3	3	6	3	4	7	4	4	8
4	4	8	4	4	8	4	4	8
4	4	8	3	4	7	4	4	8
4	5	9	4	5	9	4	4	8
3	3	6	3	4	7	5	4	9
3	3	6	4	4	8	4	3	7
5	5	10	5	4	9	4	5	9
5	5	10	5	5	10	5	5	10
4	4	8	4	4	8	4	5	9
4	4	8	5	5	10	4	5	9
4	5	9	4	4	8	5	5	10
4	4	8	5	5	10	5	5	10
4	4	8	4	4	8	4	4	8
4	4	8	4	4	8	5	5	10
5	5	10	5	5	10	5	5	10
5	5	10	5	5	10	5	5	10
4	4	8	5	5	10	4	5	9
4	4	8	4	4	8	4	4	8
5	5	10	5	5	10	5	5	10
4	4	8	5	5	10	5	5	10
4	4	8	4	4	8	4	4	8
5	5	10	5	5	10	5	5	10
4	3	7	4	4	8	4	4	8
4	4	8	5	5	10	5	5	10
4	5	9	5	5	10	5	5	10

Lampiran 8. Tabulasi Data ShopeeFood

No Resp	PE		total x1	EE		total x2	SI		total x3
	x1p1	x1p2		x2p1	x2p2		x3p1	x3p2	
1	3	3	6	3	3	6	3	3	6
2	3	4	7	4	4	8	4	4	8
3	3	3	6	3	3	6	3	3	6
4	3	5	8	5	4	9	4	3	7
5	3	3	6	3	4	7	3	3	6
6	3	3	6	3	3	6	3	3	6
7	3	3	6	3	4	7	4	4	8
8	3	3	6	3	3	6	3	3	6
9	3	3	6	3	3	6	3	3	6
10	3	3	6	3	3	6	4	4	8
11	4	3	7	3	4	7	3	3	6
12	4	4	8	4	4	8	4	4	8
13	4	4	8	4	5	9	3	3	6
14	4	4	8	4	4	8	4	4	8
15	4	4	8	4	3	7	4	4	8
16	4	3	7	4	3	7	5	3	8
17	4	4	8	4	4	8	3	3	6
18	4	4	8	4	4	8	4	4	8
19	4	4	8	4	4	8	4	4	8
20	4	4	8	4	3	7	3	3	6
21	4	3	7	3	4	7	3	3	6
22	4	4	8	4	4	8	4	4	8
23	4	4	8	4	4	8	4	4	8
24	4	4	8	5	4	9	5	5	10
25	4	4	8	4	4	8	4	3	7
26	4	4	8	4	4	8	5	4	9
27	4	3	7	4	4	8	3	3	6
28	4	4	8	4	4	8	4	4	8
29	4	3	7	3	4	7	3	3	6
30	4	4	8	4	3	7	4	4	8
31	4	4	8	4	4	8	4	4	8
32	4	4	8	4	4	8	4	4	8
33	4	4	8	4	4	8	4	4	8
34	4	3	7	4	4	8	4	3	7
35	4	4	8	4	5	9	4	3	7
36	4	3	7	4	5	9	4	3	7
37	4	4	8	3	4	7	3	3	6
38	4	3	7	4	4	8	4	3	7
39	4	3	7	4	4	8	4	4	8
40	4	4	8	3	3	6	4	3	7
41	4	3	7	4	4	8	4	3	7
42	4	3	7	4	4	8	4	3	7

Lampiran 8. Tabulasi Data ShopeeFood (Lanjutan)

43	4	3	7	4	4	8	4	3	7
44	4	3	7	5	4	9	3	3	6
45	4	3	7	3	4	7	4	4	8
46	4	3	7	4	3	7	4	3	7
47	4	4	8	4	4	8	4	4	8
48	4	4	8	4	4	8	4	3	7
49	4	4	8	4	5	9	4	4	8
50	4	3	7	5	5	10	4	3	7
51	4	3	7	4	4	8	4	3	7
52	4	4	8	4	5	9	4	5	9
53	4	4	8	4	4	8	4	4	8
54	4	4	8	4	4	8	4	3	7
55	4	4	8	3	4	7	4	4	8
56	4	4	8	4	4	8	4	4	8
57	4	4	8	4	4	8	5	5	10
58	4	3	7	4	4	8	4	4	8
59	5	4	9	4	5	9	5	3	8
60	5	5	10	5	5	10	5	5	10
61	5	4	9	4	4	8	3	3	6
62	5	5	10	5	5	10	5	4	9
63	5	4	9	4	5	9	5	4	9
64	5	5	10	5	5	10	5	4	9
65	5	4	9	5	5	10	3	3	6
66	5	4	9	4	4	8	5	4	9
67	5	5	10	5	5	10	5	5	10
68	5	5	10	5	5	10	5	5	10
69	5	4	9	4	4	8	4	4	8
70	5	5	10	5	5	10	4	4	8
71	5	5	10	5	5	10	5	4	9
72	5	5	10	5	4	9	4	4	8
73	5	5	10	4	4	8	4	4	8
74	5	5	10	5	4	9	4	4	8
75	5	4	9	4	5	9	4	4	8
76	5	5	10	3	3	6	3	3	6
77	5	4	9	5	5	10	5	3	8
78	5	5	10	5	5	10	3	3	6
79	5	5	10	5	5	10	5	5	10
80	5	5	10	5	5	10	5	5	10
81	5	3	8	5	5	10	4	5	9
82	5	3	8	5	5	10	4	3	7
83	5	5	10	5	5	10	5	4	9
84	5	5	10	5	5	10	4	4	8
85	5	3	8	4	4	8	3	4	7

Lampiran 8. Tabulasi Data ShopeeFood (Lanjutan)

86	5	3	8	4	4	8	4	3	7
87	5	4	9	4	4	8	4	3	7
88	5	4	9	5	5	10	3	3	6
89	5	5	10	5	5	10	4	3	7
90	5	5	10	5	5	10	3	5	8
91	5	5	10	4	5	9	5	4	9
92	5	3	8	4	5	9	4	3	7
93	5	4	9	5	5	10	5	5	10
94	5	5	10	5	5	10	5	3	8
95	5	5	10	5	5	10	5	5	10
96	5	5	10	5	5	10	5	5	10
97	5	5	10	5	5	10	4	4	8
98	5	3	8	5	5	10	3	5	8
99	5	5	10	4	4	8	3	3	6
100	5	4	9	3	5	8	5	4	9

FC		total x4	HM		total x5	PV		total x6	H		total x7
x4p1	x4p2		x5p1	x5p2		x6p1	x6p2		x7p1	x7p2	
3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	6
4	4	8	5	5	10	5	5	10	5	5	10
4	4	8	3	3	6	3	3	6	3	3	6
4	4	8	5	5	10	5	5	10	5	5	10
4	4	8	3	4	7	3	3	6	3	3	6
3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	6
4	4	8	3	3	6	3	3	6	3	3	6
3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	6
3	3	6	3	3	6	3	N	3	N	3	3
3	4	7	4	3	7	4	4	8	4	3	7
4	4	8	4	4	8	5	4	9	4	4	8
5	5	10	5	4	9	3	3	6	4	4	8
5	5	10	4	5	9	4	4	8	5	3	8
4	4	8	4	4	8	4	4	8	4	4	8
4	3	7	3	3	6	3	3	6	3	3	6
4	5	9	4	4	8	4	4	8	4	4	8
5	5	10	5	4	9	4	5	9	3	3	6
4	4	8	4	4	8	4	4	8	4	4	8
4	4	8	4	4	8	4	4	8	4	4	8
5	5	10	4	3	7	3	3	6	3	3	6
4	5	9	4	4	8	4	5	9	3	3	6
4	4	8	4	4	8	4	4	8	4	4	8
4	4	8	4	4	8	4	4	8	5	4	9
4	4	8	5	5	10	4	4	8	5	4	9
4	4	8	4	4	8	3	3	6	3	3	6

Lampiran 8. Tabulasi Data ShopeeFood (*Lanjutan*)

5	5	10	4	4	8	3	4	7	2	2	4
3	3	6	3	4	7	4	4	8	4	3	7
5	5	10	4	4	8	3	3	6	4	3	7
3	4	7	3	3	6	3	5	8	3	3	6
4	4	8	3	4	7	3	4	7	4	3	7
4	4	8	4	4	8	4	4	8	4	3	7
4	4	8	4	4	8	4	4	8	4	4	8
4	5	9	5	5	10	5	4	9	4	4	8
4	5	9	3	4	7	4	4	8	4	3	7
5	5	10	4	4	8	3	3	6	4	4	8
5	5	10	4	4	8	3	3	6	4	4	8
3	4	7	4	4	8	4	3	7	4	3	7
5	5	10	3	4	7	4	3	7	5	3	8
5	4	9	3	4	7	3	4	7	4	3	7
4	3	7	4	4	8	4	4	8	3	3	6
4	5	9	4	4	8	4	4	8	3	3	6
5	5	10	3	3	6	3	3	6	3	3	6
5	5	10	3	3	6	3	3	6	4	4	8
5	5	10	4	3	7	3	5	8	4	3	7
4	4	8	4	4	8	4	4	8	4	3	7
4	5	9	4	3	7	3	3	6	3	3	6
4	4	8	4	4	8	4	4	8	3	3	6
4	4	8	4	4	8	3	3	6	4	3	7
5	5	10	5	5	10	4	5	9	5	5	10
4	4	8	5	4	9	3	3	6	4	5	9
4	5	9	4	4	8	4	4	8	4	3	7
4	5	9	5	4	9	5	4	9	4	5	9
4	4	8	4	4	8	4	4	8	4	4	8
5	5	10	4	4	8	4	4	8	5	4	9
4	4	8	4	4	8	3	4	7	4	4	8
4	4	8	4	4	8	4	4	8	4	4	8
4	5	9	4	5	9	4	5	9	4	3	7
4	4	8	4	4	8	4	4	8	4	3	7
4	4	8	4	4	8	3	4	7	4	3	7
5	5	10	5	5	10	3	3	6	5	5	10
4	4	8	4	4	8	4	5	9	4	3	7
4	5	9	4	4	8	4	4	8	3	4	7
5	5	10	4	4	8	5	3	8	5	5	10
5	5	10	5	5	10	5	5	10	3	3	6
4	4	8	3	3	6	3	3	6	3	3	6
5	4	9	4	4	8	5	4	9	4	4	8
5	5	10	5	5	10	5	5	10	5	5	10
5	4	9	5	5	10	5	3	8	5	5	10

Lampiran 8 Tabulasi Data ShopeeFood (*Lanjutan*)

5	5	10	4	4	8	4	4	8	4	3
4	5	9	5	4	9	5	5	10	5	5
5	5	10	5	5	10	4	4	8	5	5
4	4	8	5	4	9	4	4	8	4	4
5	5	10	4	5	9	5	5	10	4	5
5	5	10	4	4	8	5	5	10	5	5
4	4	8	5	5	10	5	4	9	4	4
3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3
5	5	10	5	4	9	4	5	9	4	4
5	5	10	5	5	10	5	5	10	4	3
5	3	8	4	4	8	3	3	6	5	4
5	5	10	5	5	10	5	5	10	5	5
5	5	10	5	4	9	5	5	10	5	5
5	5	10	3	4	7	4	3	7	5	5
4	4	8	4	4	8	4	5	9	5	5
5	5	10	5	5	10	5	5	10	5	5
5	5	10	4	4	8	3	3	6	4	3
5	5	10	3	4	7	4	3	7	3	3
5	5	10	4	4	8	4	3	7	4	5
5	5	10	5	5	10	5	5	10	5	5
4	5	9	4	4	8	4	4	8	4	3
5	5	10	5	5	10	3	5	8	5	5
4	5	9	5	5	10	4	5	9	5	5
4	5	9	3	3	6	5	5	10	5	3
5	5	10	5	5	10	3	5	8	5	4
5	5	10	5	5	10	5	5	10	5	5
5	5	10	5	5	10	5	5	10	5	4
5	5	10	5	5	10	5	5	10	5	5
5	5	10	5	5	10	5	4	9	5	5
5	5	10	5	4	9	3	3	6	4	5
5	5	10	5	5	10	3	3	6	5	5
4	4	8	5	5	10	4	5	9	4	5

Lampiran 8. Tabulasi Data ShopeeFood (Lanjutan)

PI		total x8	BI		total y1	UB		total y2
x8p1	x8p2		y1p1	y1p2		y2p1	y2p2	
3	3	6	3	3	6	3	3	6
5	5	10	5	5	10	5	4	9
3	3	6	3	3	6	3	3	6
5	5	10	5	5	10	5	5	10
4	3	7	3	3	6	4	3	7
3	3	6	3	3	6	3	3	6
3	3	6	3	3	6	3	3	6
3	3	6	3	3	6	3	3	6
3	3	6	3	3	6	3	3	6
4	3	7	4	4	8	4	3	7
4	4	8	4	4	8	4	4	8
5	4	9	4	4	8	4	4	8
4	4	8	5	4	9	4	5	9
4	4	8	4	4	8	4	4	8
4	4	8	4	3	7	4	4	8
4	5	9	4	3	7	4	3	7
4	4	8	4	4	8	4	4	8
4	4	8	4	4	8	4	4	8
4	4	8	4	4	8	4	4	8
3	3	6	3	3	6	3	3	6
4	4	8	4	3	7	3	4	7
4	4	8	4	4	8	4	4	8
5	5	10	5	4	9	4	4	8
5	5	10	4	5	9	4	4	8
3	3	6	4	4	8	4	4	8
4	4	8	3	3	6	3	3	6
3	3	6	4	3	7	4	4	8
4	4	8	4	4	8	5	5	10
3	3	6	3	4	7	4	4	8
4	4	8	4	4	8	4	4	8
3	3	6	5	5	10	5	5	10
4	4	8	4	4	8	4	4	8
4	4	8	4	4	8	4	4	8
3	4	7	4	4	8	4	4	8
4	4	8	4	4	8	4	4	8
4	4	8	4	4	8	5	5	10
4	3	7	4	4	8	3	4	7
4	4	8	3	4	7	4	4	8

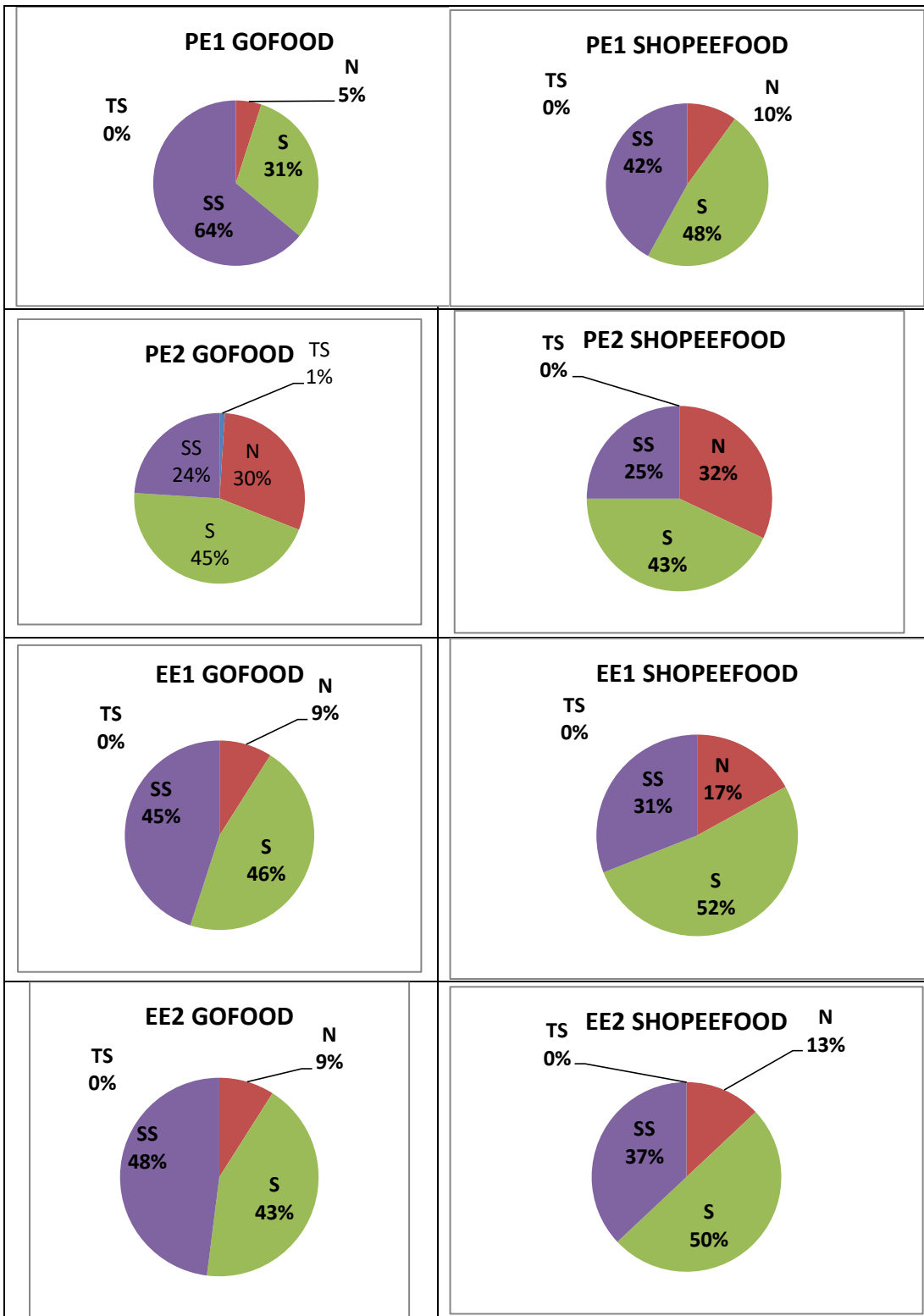
Lampiran 8. Tabulasi Data ShopeeFood (Lanjutan)

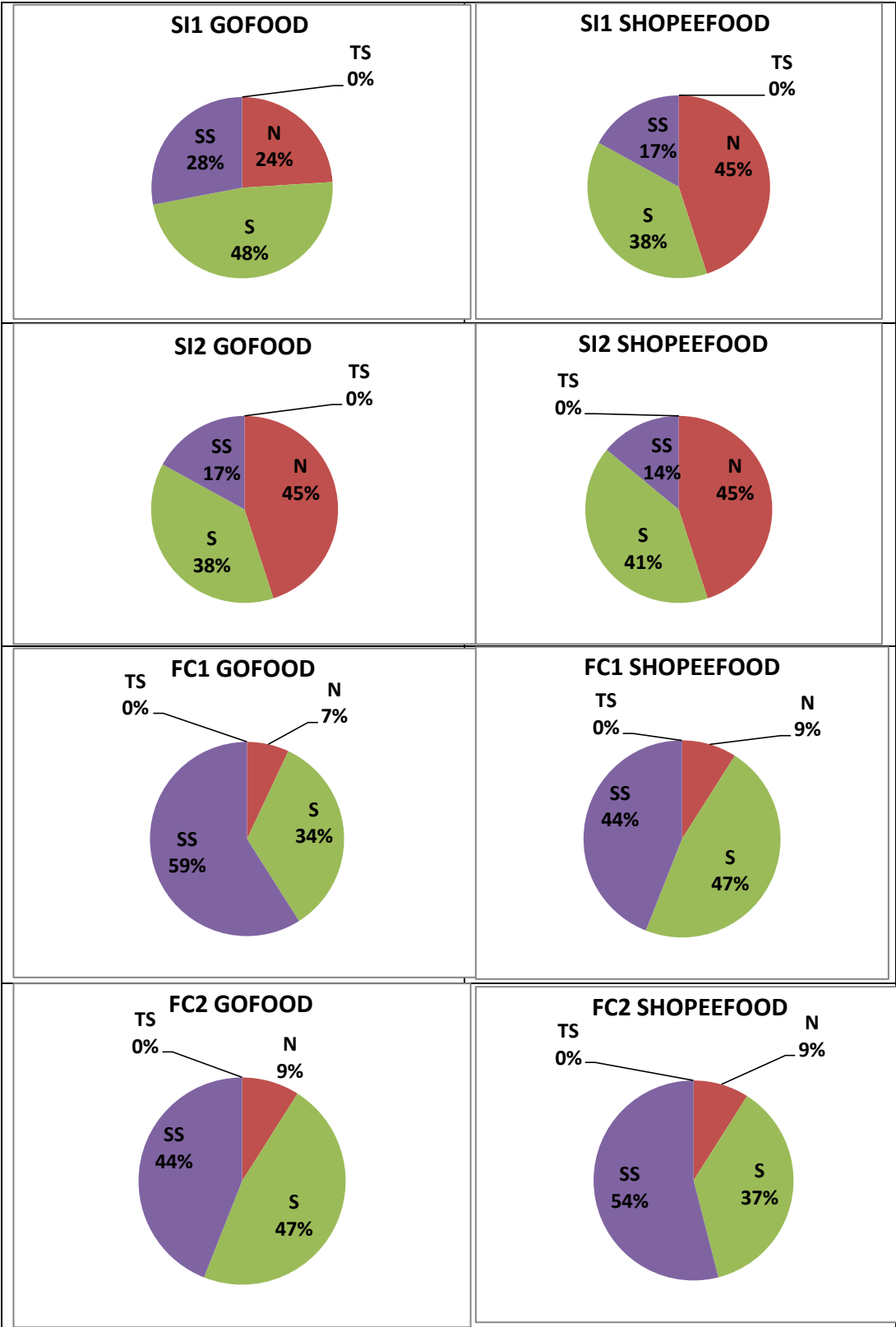
4	4	8	4	4	8	4	4	8
3	3	6	3	3	6	4	4	8
3	3	6	4	4	8	4	4	8
4	4	8	4	4	8	5	5	10
4	4	8	4	4	8	5	5	10
5	5	10	4	3	7	5	5	10
4	4	8	4	4	8	4	4	8
4	4	8	4	4	8	4	4	8
4	4	8	4	4	8	4	4	8
3	3	6	3	4	7	4	4	8
4	5	9	5	5	10	4	5	9
4	5	9	5	4	9	5	5	10
4	4	8	4	4	8	4	4	8
3	5	8	4	4	8	4	4	8
4	4	8	4	4	8	4	4	8
4	4	8	4	4	8	5	5	10
4	4	8	4	4	8	4	4	8
4	4	8	4	4	8	4	4	8
4	4	8	4	4	8	4	4	8
4	4	8	4	4	8	4	4	8
4	4	8	4	4	8	4	4	8
4	4	8	4	4	8	4	4	8
5	5	10	5	5	10	5	5	10
3	3	6	3	4	7	4	4	8
5	5	10	5	4	9	5	5	10
5	5	10	5	5	10	5	5	10
4	4	8	4	4	8	4	5	9
4	4	8	3	4	7	4	4	8
5	5	10	4	4	8	4	4	8
5	5	10	5	5	10	5	5	10
5	5	10	5	5	10	5	5	10
4	4	8	4	4	8	4	4	8
5	5	10	5	5	10	5	5	10
5	5	10	5	5	10	5	5	10
4	4	8	4	4	8	4	4	8
4	5	9	4	5	9	5	5	10
5	4	9	4	4	8	4	4	8
5	5	10	4	4	8	5	4	9
3	3	6	3	3	6	3	3	6
5	4	9	5	5	10	4	4	8
5	4	9	4	4	8	4	4	8
5	5	10	5	5	10	5	5	10
5	5	10	5	5	10	5	5	10

Lampiran 8. Tabulasi Data ShopeeFood (*Lanjutan*)

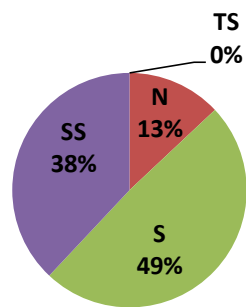
5	5	10	5	5	10	5	5	10
5	5	10	4	4	8	5	5	10
4	4	8	4	4	8	4	5	9
5	5	10	5	5	10	5	5	10
4	4	8	3	3	6	4	4	8
4	4	8	4	4	8	5	5	10
4	4	8	4	4	8	5	5	10
5	5	10	5	5	10	5	5	10
4	4	8	4	4	8	4	4	8
5	5	10	5	5	10	4	4	8
5	4	9	4	5	9	5	5	10
4	4	8	4	5	9	5	5	10
5	5	10	5	5	10	5	5	10
5	5	10	5	5	10	5	5	10
5	5	10	5	5	10	5	5	10
5	5	10	5	5	10	5	5	10
5	5	10	5	5	10	5	5	10
5	4	9	5	5	10	5	5	10
4	4	8	5	4	9	5	5	10
4	5	9	5	5	10	4	5	9

Lampiran 9. Grafik Data Perbandingan Skor

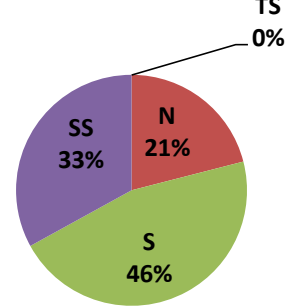




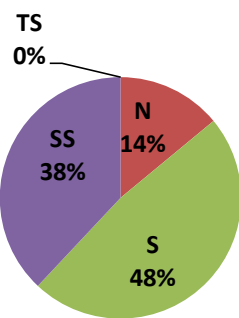
HM1 GOFOOD



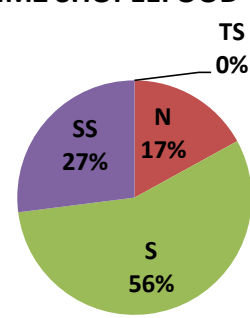
HM1 SHOPEEFOOD



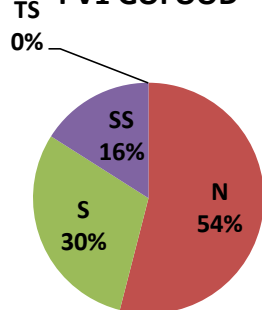
HM2 GOFOOD



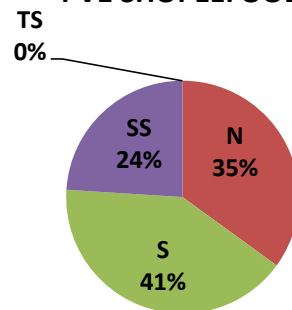
HM2 SHOPEEFOOD



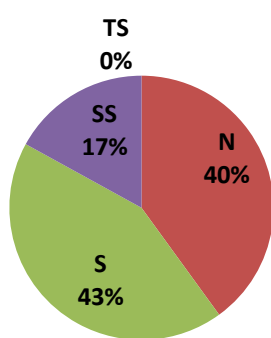
PV1 GOFOOD



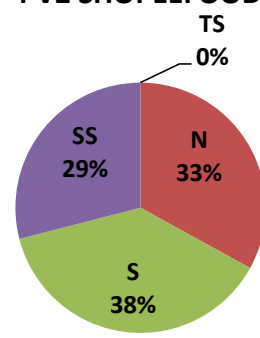
PV1 SHOPEEFOOD

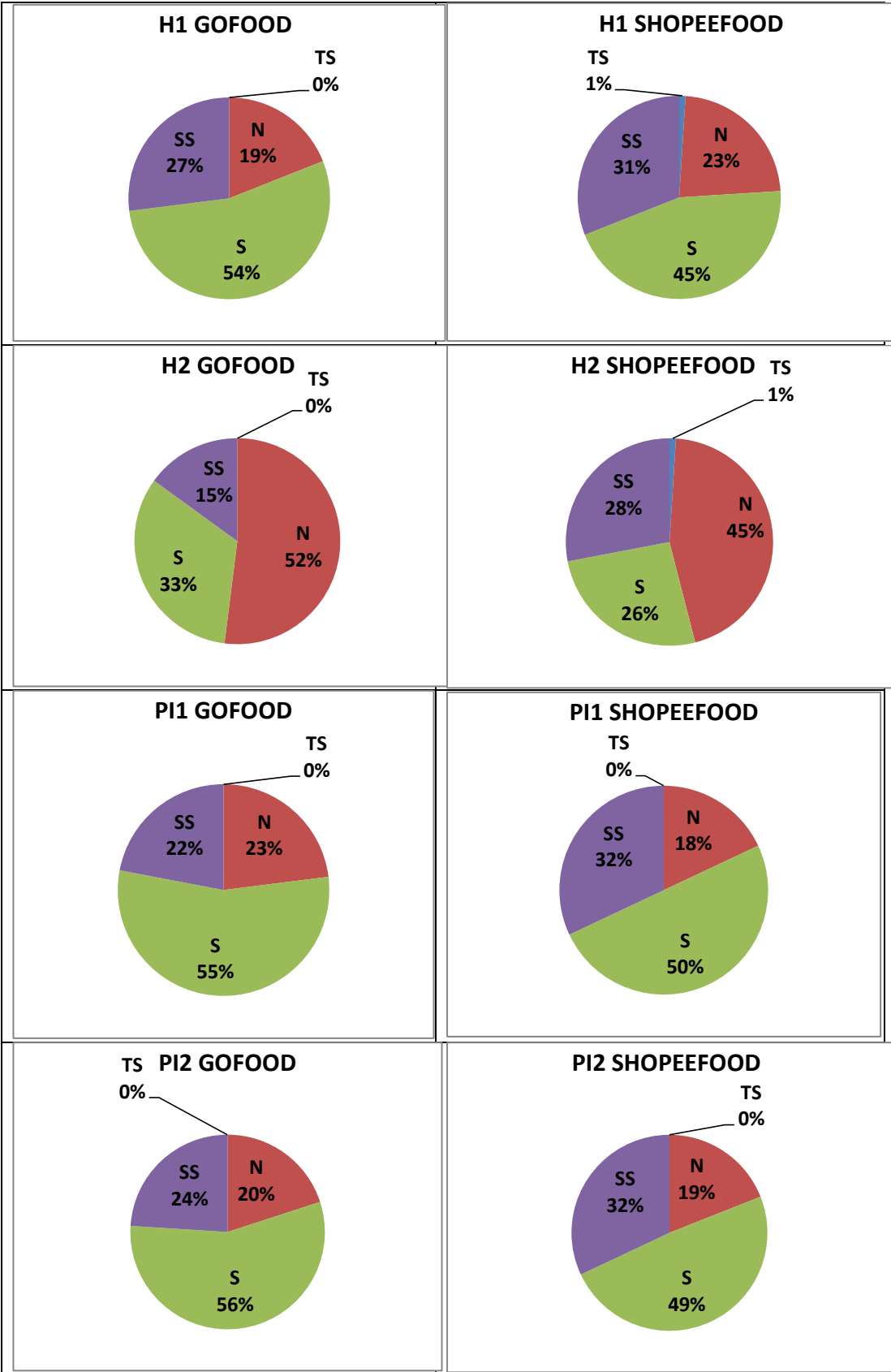


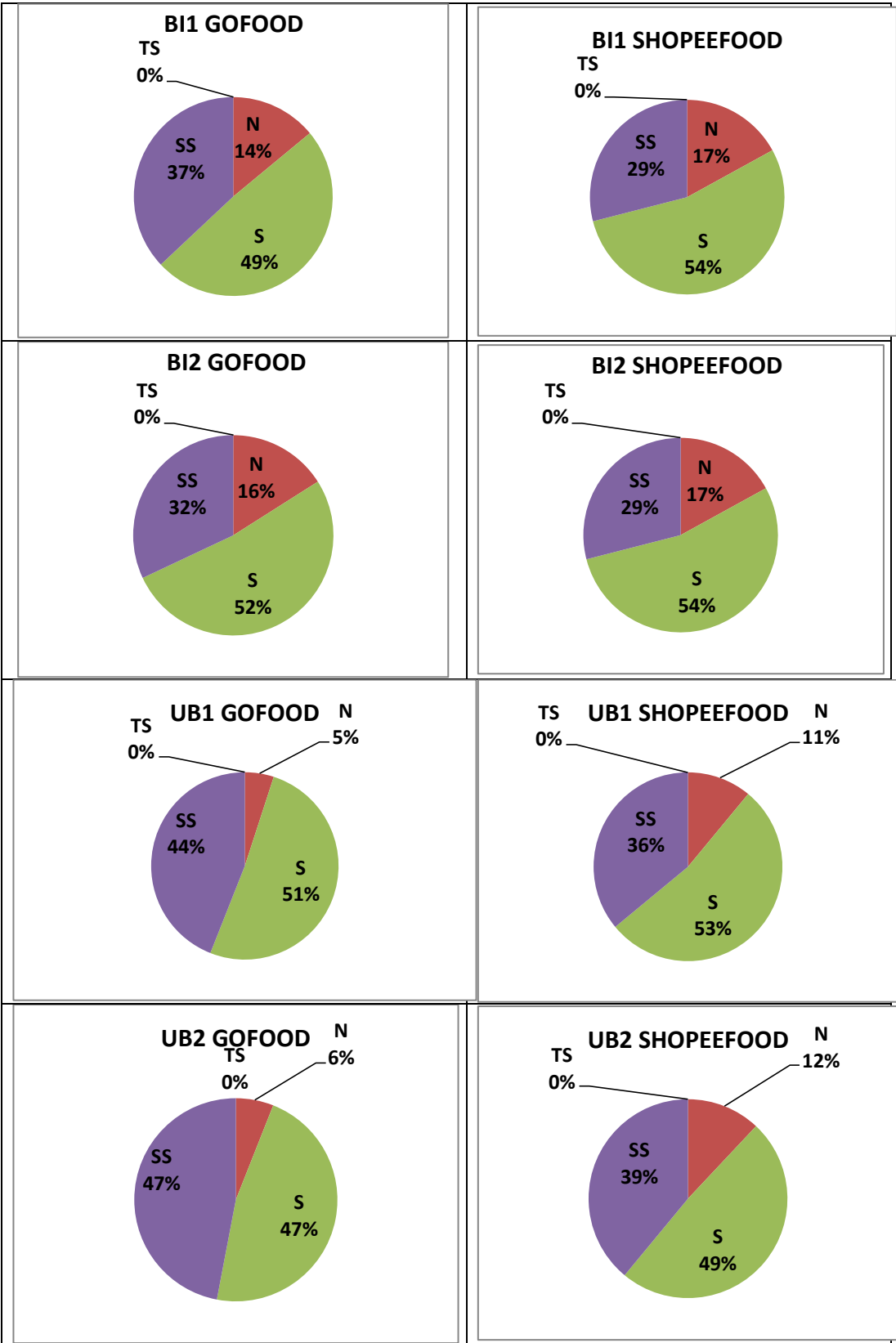
PV2 GOFOOD



PV2 SHOPEEFOOD







Lampiran 10. Tabel Highlight Perbandingan

No Responden	X1				X2				X3				X4			
	G	S	G	S	G	S	G	S	G	S	G	S	G	S	G	S
	PE1		PE2		EE1		EE2		SI1		SI2		FC1		FC2	
	x1p1	x1p1	x1p2	x1p2	x2p1	x2p1	x2p2	x2p2	x3p1	x3p1	x3p2	x3p2	x4p1	x4p1	x4p2	x4p2
2	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	
4	4	3	4	5	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	
5	5	3	5	3	5	3	5	4	5	3	5	3	5	4	5	
6	5	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	5	3	5	
7	5	3	3	3	4	3	5	4	3	4	3	4	4	4	5	
8	5	3	4	3	5	3	5	3	3	3	3	3	5	3	5	
9	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	
10	5	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	
11	5	4	4	3	4	3	5	4	5	3	5	3	5	4	5	
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	
13	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	3	4	5	4	
14	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	
15	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	5	4	3	
16	5	4	5	3	5	4	5	3	3	5	3	3	4	4	4	
17	5	4	3	4	4	4	5	4	4	3	3	3	5	5	5	
18	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	
20	5	4	3	4	5	4	5	3	5	3	5	3	5	5	5	

21	5	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	5	4	5	5
22	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
23	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
24	4	4	4	4	3	5	4	4	3	5	3	5	4	4	4	4
25	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	5	4	4	4
26	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5
27	5	4	5	3	5	4	5	4	5	3	5	3	5	3	5	3
28	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	3	4	5	5	5	5
29	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4
30	5	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	5	4	4	4
31	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4
32	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4
33	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	5
34	5	4	4	3	5	4	5	4	5	4	4	3	5	4	5	5
35	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	3	5	5	5	5
36	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	3	5	5	5	5
37	5	4	4	4	4	3	5	4	4	3	4	3	5	3	5	4
38	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	5	4	5
39	5	4	3	3	5	4	5	4	3	4	3	4	5	5	5	4
40	5	4	5	4	5	3	5	3	5	4	5	3	5	4	5	3
41	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	5
42	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	5	3	5
43	5	4	5	3	5	4	5	4	5	4	5	3	5	5	5	5
44	5	4	4	3	4	5	4	5	3	3	3	3	5	5	5	5
45	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4

46	5	4	5	3	5	4	5	3	5	4	5	3	5	4	5	5
47	5	4	3	4	5	4	5	4	3	4	3	4	5	4	4	4
48	5	4	5	4	5	4	5	4	3	4	3	4	5	4	5	4
49	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5
50	5	4	5	3	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4
51	5	4	5	3	5	4	4	4	5	4	4	3	5	4	5	5
52	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5
53	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	5	4
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5	5	5
55	5	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4
56	5	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
57	4	4	5	4	4	4	4	4	3	5	3	5	5	4	5	5
58	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	5	4
59	5	5	3	4	3	4	3	5	3	5	3	3	3	4	3	4
60	3	5	4	5	5	5	3	5	3	5	3	5	4	5	4	5
61	5	5	5	4	5	4	5	4	4	3	4	3	5	4	5	4
62	5	5	3	5	4	5	3	5	4	5	3	4	4	4	5	5
63	4	5	3	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
64	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5
65	4	5	4	4	3	5	3	5	3	3	3	3	4	4	3	4
66	4	5	2	4	4	4	5	4	4	5	3	4	4	5	5	4
67	4	5	3	5	4	5	4	5	4	5	3	5	4	5	4	5
68	3	5	3	5	3	5	3	5	4	5	3	5	4	5	5	4
69	5	5	3	4	5	4	3	4	5	4	4	4	5	5	5	5
70	4	5	3	5	4	5	4	5	4	4	3	4	5	4	5	5

71	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	3	4	5	5	5	5
72	5	5	3	5	4	5	4	4	5	4	4	3	4	5	4	5	4
73	5	5	3	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5
74	5	5	4	5	3	5	5	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5
75	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4
76	5	5	4	5	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3
77	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	3	3	5	5	5	5
78	5	5	3	5	4	5	5	5	3	3	3	3	3	5	5	5	5
79	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	3	5	4	5	5	3	5
80	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	3	5	5
81	4	5	5	3	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5
82	5	5	5	3	5	5	4	5	3	4	5	3	5	5	5	5	5
83	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4
84	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	3	4	4	5	5	5	5
85	5	5	5	3	5	4	4	4	4	3	5	4	4	5	5	5	5
86	5	5	4	3	5	4	5	4	4	4	3	3	4	5	5	5	5
87	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5
88	5	5	4	4	4	5	4	5	4	3	4	3	4	5	4	5	5
89	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	5	4	5	5	5
90	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5
91	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5
92	5	5	3	3	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	5	5
93	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5
95	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5
96	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5

97	4	5	4	5	5	5	5	5	3	4	3	4	5	5	5	5
98	5	5	4	3	4	5	4	5	4	3	3	5	4	5	4	5
99	4	5	4	5	5	4	4	4	3	3	4	3	4	5	5	5
100	5	5	3	4	4	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4

X5				X6				X7				X8			
G	S	G	S	G	S	G	S	G	S	G	S	G	S	G	S
HM1		HM2		PV1		PV2		H1		H2		PI1		PI2	
x5p1	x5p1	x5p2	x5p2	x6p1	x6p1	x6p2	x6p2	x7p1	x7p1	x7p2	x7p2	x8p1	x8p1	x8p2	x8p2
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3
5	5	4	5	3	5	4	5	3	5	3	5	4	5	4	5
5	3	5	4	4	3	4	3	5	3	5	3	5	4	5	3
4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3
4	3	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3
4	3	4	3	5	3	5	3	4	3	3	3	3	3	3	3
4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3
5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4
3	5	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	5	4	4
4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	3	5	4	5	4
5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	5	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4
5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5

4	5	4	4	3	4	4	5	4	3	3	3	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	3	4	3	5	3	3	3	4	3	5	3
4	4	4	4	3	4	3	5	3	3	4	3	4	4	4	4
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
3	4	4	4	3	4	3	4	4	5	3	4	3	5	4	5
4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5
4	4	5	4	4	3	4	3	4	3	4	3	5	3	4	3
4	4	5	4	4	3	4	4	4	2	4	2	5	4	4	4
5	3	5	4	5	4	5	4	5	4	5	3	5	3	5	3
5	4	5	4	3	3	3	3	5	4	4	3	5	4	5	4
4	3	4	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	3	4	3	4	3
4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4
4	5	4	5	3	5	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4
4	3	5	4	4	4	4	4	5	4	5	3	5	3	5	4
5	4	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	3
3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4
4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	5	3	3	4	3	4
5	4	5	4	4	4	4	4	5	3	5	3	5	3	5	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3
4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4

5	3	5	3	5	3	5	3	5	4	5	4	5	4	5	4
5	4	5	3	5	3	4	5	4	4	4	3	4	5	4	5
3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4
5	4	5	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4
4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	3	4	3	4	4
4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	3	5	4	5	4
4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	5
3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4
4	4	5	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4
4	4	4	5	3	4	4	5	4	5	3	4	3	3	4	4
5	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4
3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4
4	5	4	5	3	3	3	3	3	3	4	5	3	5	4	5
5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	3	5	3
4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	5
5	4	5	4	4	5	4	3	4	3	5	5	4	5	5	5
4	5	4	5	3	5	3	5	4	5	3	3	4	5	4	4
4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4
4	4	4	4	3	5	3	4	3	4	3	4	3	5	3	5
3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	4	5	4	5

3	5	3	5	3	5	3	3	3	5	3	5	4	5	4	5
4	4	5	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4
3	5	4	4	3	5	3	5	4	5	3	5	3	5	4	5
3	5	4	5	3	4	3	4	4	5	4	5	4	5	4	5
4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4
5	4	5	5	3	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5
4	4	4	4	3	5	3	5	3	5	3	5	4	5	4	4
4	5	4	5	3	5	3	4	3	4	3	4	5	5	4	5
4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4
4	5	4	5	3	5	3	5	4	4	4	3	4	5	4	4
5	4	5	4	3	3	4	3	3	5	3	4	4	5	5	5
4	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5
4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	3	5	3	5
4	3	4	4	5	4	5	3	5	5	3	5	5	5	5	5
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4
5	5	5	5	3	5	3	5	4	5	3	5	4	5	4	5
5	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4
5	3	3	4	5	4	4	3	5	3	3	3	4	4	5	4
5	4	5	4	3	4	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4
5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
4	3	4	3	3	5	3	5	4	5	3	3	4	4	4	4

5	5		5	5		4	3		4	5		5	5		4	4		4	5		4	5
5	5		5	5		4	5		4	5		5	5		3	4		4	5		4	5
5	5		5	5		3	5		4	5		4	5		3	5		4	5		4	5
5	5		5	5		3	5		3	4		5	5		3	5		5	5		5	5
4	5		4	4		4	3		3	3		4	4		3	5		4	5		3	4
5	5		5	5		3	3		3	3		5	5		5	5		4	4		4	4
5	5		3	5		3	4		3	5		5	4		3	5		4	4		5	5

Y1				Y2			
G	S	G	S	G	S	G	S
B1		B2		UB1		UB2	
y1p1	y1p1	y1p2	y1p2	y2p1	y2p1	y2p2	y2p2
4	5	4	5	4	5	4	4
3	3	4	3	4	3	4	3
4	5	4	5	4	5	4	5
5	3	5	3	5	4	5	3
4	3	4	3	4	3	4	3
5	3	4	3	5	3	5	3
3	3	4	3	4	3	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	3	4	4	4	4	3
3	4	3	4	3	4	5	4
4	4	3	4	4	4	4	4
5	5	5	4	5	4	5	5
4	4	4	4	5	4	5	4
3	4	4	3	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4	3
5	4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	3	5	3	5	3	5	3
4	4	3	3	4	3	4	4
5	4	5	4	5	4	5	4
4	5	4	4	5	4	4	4
5	4	5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	5	3	5	3
5	4	5	3	5	4	5	4
4	4	5	4	5	5	5	5
4	3	4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4	4
5	4	5	4	5	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	5	5	5
4	4	4	4	5	3	5	4

3	3	4	4	4	4	4	4
5	4	3	4	4	4	4	4
5	3	5	3	5	4	5	4
4	4	4	4	5	4	5	4
4	4	4	4	4	5	4	5
5	4	5	4	5	5	4	5
5	4	4	3	5	5	5	5
3	4	4	4	4	4	3	4
5	4	5	4	5	4	5	4
5	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	5	4	5	4
5	5	5	5	5	4	5	5
4	5	4	4	4	5	4	5
5	4	5	4	4	4	5	4
5	4	4	4	5	4	5	4
4	4	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5
3	4	3	4	4	5	5	4
5	4	3	4	5	4	5	4
4	4	5	4	5	4	5	4
4	4	5	4	5	4	5	4
3	4	3	4	3	4	3	4
5	5	3	5	3	5	4	5
5	3	5	4	5	4	5	4
4	5	4	4	4	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	5
4	3	3	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	5	4	5	4	5	4	5
4	5	4	5	5	5	5	5
5	4	4	4	5	4	5	4
4	5	4	5	4	5	4	5
4	5	4	5	5	5	5	5
4	4	3	4	5	4	5	4
4	4	4	5	4	5	4	5
4	4	3	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	5	4	4
3	3	4	3	4	3	4	3
4	5	4	5	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4

4	5	5	5	4	5	4	5
3	5	4	5	5	5	4	5
4	5	4	5	4	5	3	5
5	4	4	4	4	5	5	5
5	4	5	4	5	4	5	5
4	5	4	5	4	5	5	5
5	3	5	3	4	4	5	4
4	4	4	4	5	5	5	5
5	4	5	4	5	5	5	5
4	5	4	5	4	5	4	5
4	4	4	4	5	4	5	4
5	5	5	5	5	4	5	4
5	4	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	4	5	5	5
4	5	4	5	4	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	4	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	4	5	4	5
5	5	5	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	5	5

Lampiran 11. Hasil Wawancara Online dengan Responden

1. Hasil Wawancara Online Responden 2

1. ***Performance Expectancy*** : Kenapa anda lebih memilih mudah memesan makanan dengan menggunakan layanan GoFood dibanding ShopeeFood?

Jawab : Saya lebih memilih memesan makanan menggunakan layanan GoFood karena menurut saya layanan ini fiturnya lebih mudah dipahami dan lebih sederhana, pilihan makanan lengkap.

2. ***Hedonic Motivation***: Kenapa anda lebih memilih nyaman dan menyenangkan memesan makanan dengan layanan ShopeeFood dibanding GoFood ?

Jawab : Karena pada layanan ShopeeFood banyak diskon yang ditawarkan sehingga sangat menyenangkan memesan makanan pada layanan tersebut.

3. ***Price Value***: Kenapa anda lebih memilih biaya layanan ShopeeFood terjangkau dan sesuai dengan kualitas dibandingkan dengan GoFood?

Jawab : Karena dalam layanan ShopeeFood banyak menawarkan diskon atau potongan harga dalam pembelian, dan makanan yang di perjuangkan memiliki kualitas yang sesuai.

4. ***Habit*** : kenapa anda memilih ShopeeFood sebagai layanan yang sudah terbiasa anda gunakan dan cukup rutin menggunakannya?

Jawab : karena kebutuhan, untuk saya yang tidak memiliki kendaraan untuk berbelanja dalam jarak yang jauh layanan ini menjadi salah satu layanan yang tepat untuk memudahkan saya dalam berbelanja.

5. ***Personal Innovativeness*** : kenapa anda lebih memilih tertarik menggunakan fitur baru dan menggunakan berbagai fitur yang ada di layanan ShopeeFood dibanding GoFood?

Jawab : Karena fitur yang ada lebih mudah dipahami dan dibuat dengan sederhana sehingga memudahkan pengguna dalam mengaksesnya

6. ***Behavioural Intention*** Kenapa anda lebih memilih berniat menggunakan layanan ShopeeFood dan merekomendasikannya kepada orang lain dibanding GoFood?

Jawab : Karena berdasarkan pengalaman dalam penggunaannya dan juga ingin membagikannya kepada orang lain sehingga dapat merasakan hal yang sama

2. Hasil Wawancara Online Responden Responden 3

- 1. *Performance Expectancy* : Kenapa anda lebih memilih mudah memesan makanan dengan menggunakan layanan GoFood dibanding ShopeeFood?**

Jawab : Karena Go food memiliki menu yang user friendly serta menu-
menunya tersusun dengan rapih dan mudah ditemukan.

- 2. *Effort Expectancy* : Kenapa anda lebih memilih mudah memesan makanan dengan menggunakan layanan GoFood dibanding ShopeeFood dalam hal mudah berinteraksi dan mudah mengoperasikan fitur layanan?**

Jawab : Karena mudah digunakan, saya menyukai aplikasi yang seperti itu serta memiliki promo-promo yang banyak saat hari raya tertentu.

- 3. *Social Influence* : Kenapa orang terdekat dan orang yang anda anggap penting lebih merekomendasikan layanan GoFood dibanding Kenapa anda lebih memilih mudah memesan makanan dengan menggunakan layanan GoFood dibanding ShopeeFood?**

Jawab : Karena banyak promo dari aplikasi, dari toko serta menyediakan gratis ongkir, hingga banyak rekan saya merekomendasikan aplikasi tersebut

- 4. *Hedonic Motivation* : Kenapa anda lebih memilih nyaman dan menyenangkan memesan makanan dengan layanan GoFood dibanding ShopeeFood ?**

Jawab: Karena fitur bervariasi, makanan dan toko juga bervariasi, harga terjangkau, pembayaran dilakukan dengan mudah dan cepat, bisa klaim voucher dan para driver sopan dan ramah

- 5. *Price Value* : Kenapa anda lebih memilih biaya layanan GoFood terjangkau dan sesuai dengan kualitas dibandingkan dengan ShopeeFood?**

Jawab: Karena **memiliki banyak promo dan vocher** jika membeli makanan bundle atau dengan jumlah banyak, dan ada gratis ongkir juga. Jadi **lebih banyak potongan harga.**

6. ***Habit* :kenapa anda memilih GoFood sebagai layanan yang sudah terbiasa anda gunakan dan cukup rutin menggunakannya?**

*Jawab:*Karena aplikasi ini **menyimpan data pribadi saya secara aman**, dan tidak disalahgunakan untuk hal-hal yang tidak saya inginkan sejauh ini, **layanannya juga simple dan mudah dipahami** untuk segala aturan dalam penggunaan layanan tersebut

7. ***Personal Innovativeness* : kenapa anda lebih memilih tertarik menggunakan fitur baru dan menggunakan berbagai fitur yang ada di layanan GoFood dibanding ShopeeFood?**

Jawab : Fitur baru di GoFood **lebih ramah dilihat dan mudah digunakan** dibanding aplikasi lainnya. Saat saya mengklik layanan baru tersebut aturan atau syarat dan ketentuan yang diberikan masih mudah untuk saya setuju dan **tidak ribet saat membayar**. Aplikasi pembayaran seperti Ovo juga langsung terintegrasi dan memiliki security yang terpercaya

8. ***Behavioural Intention* Kenapa anda lebih memilih berniat menggunakan layanan ShopeeFood dan merekomendasikannya kepada orang lain dibanding GoFood?**

Jawab : Karena aplikasi ini juga baik adanya, memiliki kesamaan yang **layanannya mudah digunakan, pengiriman makan cepat, driver ramah, pembayaran easy, dan fitur berrvariasi** yang tetap customer butuhkan untuk saat ini

3.Hasil Wawancara *Online* Responden Responden 4

1. ***Perfomance Expentancy*: Kenapa memilih GoFood sebagai layanan yang mudah dalam memesan makanan?**

*Jawab:*Karena GoFood sudah menjadi aplikasi penyedia jasa dalam memesan makan yang pertama kali saya tau, dan juga **memiliki fitur yang mudah dipahami.**

2. ***Performance Expectancy*** : kenapa dengan menggunakan layanan shopeefood anda merasa menjadi lebih produktif dibanding menggunakan GoFood?

Jawab: Shopee food tergolong baru dan masih banyak yang harus di perbaiki dalam sistem nya karena terkadang juga terdapat kesalahan dalam pemesanan ataupun pengiriman yang di terima

3. ***Price Value*** : Kenapa anda lebih memilih biaya layanan ShopeeFood terjangkau dan sesuai dengan kualitas dibandingkan dengan GoFood?

Jawab: Karena terdapat promo juga dalam layanan ShopeeFood dan juga pasti biaya layanan yang terjangkau sudah pasti diminati banyak orang.

4. ***Habit*** : kenapa anda memilih ShopeeFood sebagai layanan yang sudah terbiasa anda gunakan dan cukup rutin menggunakannya?

Jawab: Karena Shopee food adalah layanan yang pernah di rekomendasikan oleh teman saya, saya mencoba dan lumayan terbiasa dan rutin

5. ***Personal Innovativeness*** : kenapa anda lebih memilih tertarik menggunakan fitur baru dan menggunakan berbagai fitur yang ada di layanan ShopeeFood dibanding GoFood?

Jawab: Karena ShopeeFood aplikasi yang lebih baru sehingga banyak fitur juga yang masih tergolong baru di sana

6. ***Behavioural Intention*** Kenapa anda lebih memilih berniat menggunakan layanan ShopeeFood dan merekomendasikannya kepada orang lain dibanding GoFood?

Jawab : Karena di Shopeefood sendiri kita bisa membeli promo sendiri jadi memudahkan layanan promo dan juga di senangi oleh teman² saya

4. Hasil Wawancara Online Responden 5

1. ***Performance Expectancy*** : Kenapa anda lebih memilih mudah memesan makanan dengan menggunakan layanan GoFood dibanding ShopeeFood?

Jawab : Karena gofood lebih **simpel** waktu mau digunakan.

2. ***Effort Expentancy* :** Kenapa anda lebih memilih mudah memesan makanan dengan menggunakan layanan GoFood dibanding ShopeeFood dalam hal mudah berinteraksi dan mudah mengoperasikan fitur layanan?

Jawab : Karena bagi saya aplikasi gofood **simpel** dan **mudah** digunakan.

3. ***Social Influence* :** Kenapa orang terdekat dan orang yang anda anggap penting lebih merekomendasikan layanan GoFood dibanding ShopeeFood ?

Jawab : Karena banyak promo dan mudah untuk digunakan.

4. ***Hedonic Motivation:*** Kenapa anda lebih memilih nyaman dan menyenangkan memesan makanan dengan layanan GoFood dibanding ShopeeFood ?

Jawab : Karena **banyak varian makanan** yang di tampilkan dan **banyak promo** juga.

5. ***Price Value* :** Kenapa anda lebih memilih biaya layanan ShopeeFood terjangkau dan sesuai dengan kualitas dibandingkan dengan GoFood?

Jawab : Karena di shopeefood **voucher promo bisa di pakai lebih dari 1** sewaktu melakukan pemesanan makanan yaitu promo ongkir dan potongan diskon dari toko jadi lebih **hemat**.

6. ***Habit* :** kenapa anda memilih ShopeeFood sebagai layanan yang sudah terbiasa anda gunakan dan cukup rutin menggunakannya?

Jawab : Karena di shopeefood **promonya ada setiap hari** dan kita **bisa menggunakan lebih dari 1 voucher promo**.

7. ***Personal Innovativeness* :** Kenapa anda lebih memilih tertarik menggunakan fitur baru dan menggunakan berbagai fitur yang ada di layanan ShopeeFood dibanding GoFood?

Jawab : Karena shopeefood merupakan layanan baru dan saya **tertarik dengan fitur-fiturnya**.

8. *Behavioural Intention* Kenapa anda lebih memilih berniat menggunakan layanan ShopeeFood dan merekomendasikannya kepada orang lain dibanding GoFood?

Jawab : Karena shopeefood lebih banyak potongan harga.

5. Hasil Wawancara *Online* Responden Responden 6

1. *Performance Expectancy* : Kenapa anda lebih memilih mudah memesan makanan dengan menggunakan layanan GoFood dibanding ShopeeFood?

Jawab : Karena gofood lebih efektif dan lebih mudah dipahami saat digunakan

2. *Effort Expectancy* : Kenapa anda lebih memilih GoFood dalam hal mudah berinteraksi dan mudah mengoperasikan fitur layanan dibanding ShopeeFood?

Jawab : Karena aplikasinya lebih simple dan mudah digunakan

3. *Social Influence* : Kenapa orang terdekat dan orang yang anda anggap penting lebih merekomendasikan layanan GoFood dibanding ShopeeFood?

Jawab : karena gofood dianggap lebih praktis digunakan

4. *Hedonic Motivation*: Kenapa anda lebih memilih nyaman dan menyenangkan memesan makanan dengan layanan GoFood dibanding ShopeeFood ?

Jawab : Karena di gofood tersedia restoran dan menu makanan yang lebih bervariasi

5. *Price Value* : Kenapa anda lebih memilih biaya layanan GoFood terjangkau dan sesuai dengan kualitas dibandingkan dengan ShopeeFood?

Jawab : Menurut saya harga yang ada di gofood dan shopee food tdk berbeda jauh, namun di gofood tersedia banyak voucher yang mudah didapatkan.

6. *Habit* : kenapa anda memilih GoFood sebagai layanan yang sudah terbiasa anda gunakan dan cukup rutin menggunakannya?

Jawab : Karena saya mengenal gofood terlebih dahulu dan saya sdh terlanjur nyaman menggunakan gofood

7. *Personal Innovativeness* : kenapa anda lebih memilih tertarik menggunakan fitur baru dan menggunakan berbagai fitur yang ada di layanan GoFood dibanding ShopeeFood?

Jawab : Karena fitur baru yang ada di gofood lebih menarik dibandingkan di shopeefood

8. *Behavioural Intention* Kenapa anda lebih memilih berniat menggunakan layanan GoFood dan merekomendasikannya kepada orang lain dibanding ShopeeFood?

Jawab : Karena menurut saya gofood lebih praktis dan mudah digunakan oleh orang tanpa terkecuali

6. Hasil Wawancara *Online* Responden Responden 7

1. *Performance Expectancy* : Kenapa anda lebih memilih mudah memesan makanan dengan menggunakan layanan GoFood dibanding ShopeeFood?

Jawab : Karena saya lebih dulu menggunakan GoFood, selain itu juga karena gofood lebih mudah digunakan.

2. *Effort Expectancy* : Kenapa anda lebih memilih mudah memesan makanan dengan menggunakan layanan GoFood dibanding ShopeeFood dalam hal mudah berinteraksi dan mudah mengoperasikan fitur layanan?

Jawab : karena gofood lebih mudah digunakan dan menu-menunya tidak membingungkan.

3. *Social Influence* : Kenapa orang terdekat dan orang yang anda anggap penting lebih merekomendasikan layanan GoFood dibanding ShopeeFood?

Jawab : Karena mereka **lebih dulu mengenal gofood** dan di sana juga **banyak promo.**

- 4. Hedonic Motivation : Kenapa anda lebih memilih nyaman dan menyenangkan memesan makanan dengan layanan GoFood dibanding ShopeeFood ?**

Jawab : Karena **lebih mudah dan tidak ribet** saat digunakan

- 5. Price Value : Kenapa anda lebih memilih biaya layanan GoFood terjangkau dan sesuai dengan kualitas dibandingkan dengan ShopeeFood?**

Jawab : Karena di gofood **banyak promo-promo** terutama di hari-hari raya besar.

- 6. Habit : kenapa anda memilih GoFood sebagai layanan yang sudah terbiasa anda gunakan dan cukup rutin menggunakannya?**

Jawab : Karena **saya sudah menggunakan gofood sejak lama bahkan sebelum shopeefood ada** dan karena saya cukup rutin memesan makanan melalui gofood

- 7. Personal Innovativeness : kenapa anda lebih memilih tertarik menggunakan fitur baru dan menggunakan berbagai fitur yang ada di layanan GoFood dibanding ShopeeFood?**

Jawab : Karena **fitur-fitur yang ada di gofood mudah untuk dimengerti dan tampilannya simpel.**

- 8. Behavioural Intention Kenapa anda lebih memilih berniat menggunakan layanan GoFood dan merekomendasikannya kepada orang lain dibanding ShopeeFood? Jawab :** Karena menurut saya

gofood lebih **simpel dan mudah** untuk di gunakan dibanding shopeefood yang ribet karena shopeefood tergabung dalam aplikasi shopee sehingga **cukup ribet** untuk menggunakannya.

7. Hasil Wawancara *Online* Responden Responden 8

1. ***Performance Expectancy*** : Kenapa anda lebih memilih mudah memesan makanan dengan menggunakan layanan GoFood dibanding ShopeeFood?

Jawab: Milih gofood karena **lebih familiar** dan sering dipakai juga oleh banyak orang

2. ***Effort Expectancy*** : Kenapa anda lebih memilih GoFood dibanding Kenapa anda lebih memilih mudah memesan makanan dengan menggunakan layanan GoFood dibanding ShopeeFood dalam hal mudah berinteraksi dan mudah mengoperasikan fitur layanan?

Jawab : Karena untuk mencari fitur di gofood **lebih mudah** dibanding shopee, dan di shopeefood banyak fitur selain pesan makanan jadi membuat bingung

3. ***Social Influence*** : Kenapa orang terdekat dan orang yang anda anggap penting lebih merekomendasikan layanan GoFood dibanding ShopeeFood?

Jawab : Orang terdekat merekomendasikan gofood karena memang **lebih mudah** untuk digunakan

4. ***Hedonic Motivation*** : Kenapa anda lebih memilih nyaman dan menyenangkan memesan makanan dengan layanan GoFood dibanding ShopeeFood ?

Jawab : karena gofood lebih simpel dan mudah untuk digunakan

5. ***Price Value*** : Kenapa anda lebih memilih biaya layanan GoFood terjangkau dan sesuai dengan kualitas dibandingkan dengan ShopeeFood?

Jawab : Karena di gofood **lebih banyak** mendapatkan diskon dibandingkan shopeefood.

6. ***Habit*** : kenapa anda memilih GoFood sebagai layanan yang sudah terbiasa anda gunakan dan cukup rutin menggunakannya?

Jawab : Karena **mudah digunakan** dan banyak promo.

7. ***Personal Innovativeness*** : kenapa anda lebih memilih tertarik menggunakan fitur baru dan menggunakan berbagai fitur yang ada di layanan GoFood dibanding ShopeeFood?

Jawab : Karna fitur di gofood mudah untuk dicari

8. ***Behavioural Intention*** Kenapa anda lebih memilih berniat menggunakan layanan GoFood dan merekomendasikannya kepada orang lain dibanding ShopeeFood?

Jawab : Karena gofood memang disediakan untuk memesan makanan yg sering dipakai orang, dan shopeefood lebih ke toko online untuk memesan berbagai jenis.

8. Hasil Wawancara Online Responden Responden 9

1. ***Perfomance Expentancy*** : Kenapa anda lebih memilih mudah memesan makanan dengan menggunakan layanan GoFood dibanding ShopeeFood?

Jawab : Karena layanan gofood fiturnya **tidak merumitkan** sehingga tidak membingungkan dalam penggunaanya.

2. ***Effort Expentancy*** : Kenapa anda lebih memilih mudah memesan makanan dengan menggunakan layanan GoFood dibanding ShopeeFood dalam hal mudah berinteraksi dan mudah mengoperasikan fitur layanan?

Jawab :Fiturnya tidak membuat bingung penggunaanya.

3. ***Social Influence*** : Kenapa orang terdekat dan orang yang anda anggap penting lebih merekomendasikan layanan GoFood dibanding ShopeeFood?

Jawab : Karena **makanan yang di tawarkan lebih relevan** dengan apa yang diinginkan

4. ***Hedonic Motivation*** : Kenapa anda lebih memilih nyaman dan menyenangkan memesan makanan dengan layanan GoFood dibanding ShopeeFood ?

Jawab : **Fitur mudah, makanan relevan** dengan keinginan kita

5. **Price Value** : Kenapa anda lebih memilih biaya layanan GoFood terjangkau dan sesuai dengan kualitas dibandingkan dengan ShopeeFood?

Jawab : **Banyak potongan harga** sehingga terjangkau dan puas dengan makanan yang di dapat.

6. **Habit** : kenapa anda memilih GoFood sebagai layanan yang sudah terbiasa anda gunakan dan cukup rutin menggunakannya?

Jawab : Karena sekarang ini gofood bukan lah hal yang rumit untuk digunakan dan cukup dari rumah sudah bisa mendapatkan makanan yang di inginkan

7. **Personal Innovativeness** : kenapa anda lebih memilih tertarik menggunakan fitur baru dan menggunakan berbagai fitur yang ada di layanan GoFood dibanding ShopeeFood?

Jawab : Karena **mudah digunakan** tidak membingungkan

8. **Behavioural Intention** Kenapa anda lebih memilih berniat menggunakan layanan GoFood dan merekomendasikannya kepada orang lain dibanding ShopeeFood?

Jawab : Karena gofood ini terkoneksi dengan akun Facebook kalau kita menautkan nya dengan Facebook sehingga dapat mengetahui makanan yang menjadi selera kita, jadi gofood menawarkan makanan yang sesuai dengan selera kita **dan banyak diskon** yang di dapat.

9. Hasil Wawancara Online Responden Responden 10

1. **Performance Expectancy** : Kenapa anda lebih memilih mudah memesan makanan dengan menggunakan layanan GoFood dibanding ShopeeFood?

Jawab : Karena **lebih friendly** dalam menggunakan, **mudah untuk digunakan.**

2. **Effort Expectancy** : Kenapa anda lebih memilih mudah memesan makanan dengan menggunakan layanan GoFood dibanding

ShopeeFood dalam hal mudah berinteraksi dan mudah mengoperasikan fitur layanan?

Jawab : lebih mudah untuk digunakan karena sudah terbiasa dipakai.

3. *Price Value* : Kenapa anda lebih memilih biaya layanan ShopeeFood terjangkau dan sesuai dengan kualitas dibandingkan dengan GoFood?

Jawab : Karena di shopeefood lebih besar promonya.

4. *Hedonic Motivation*: Kenapa anda lebih memilih nyaman dan menyenangkan memesan makanan dengan layanan GoFood dibanding ShopeeFood ?

Jawab : Karena lebih nyaman saat digunakan lebih simpel

5. *Personal Innovativeness* : kenapa anda lebih memilih tertarik menggunakan fitur baru dan menggunakan berbagai fitur yang ada di layanan ShopeeFood dibanding GoFood?

Jawab : Karena dengan banyaknya fitur dapat memicu pengguna yg lebih banyak karena tertarik

6. *Behavioural Intention* Kenapa anda lebih memilih berniat menggunakan layanan ShopeeFood dan merekomendasikannya kepada orang lain dibanding GoFood?

Jawab : Karena lebih banyak promonya.

10. Hasil Wawancara Online Responden 11

1. *Performance Expectancy* : Kenapa anda lebih memilih mudah memesan makanan dengan menggunakan layanan GoFood dibanding ShopeeFood?

Jawab : Karena Gofood lebih memuaskan hati dan lebih mudah digunakan

2. *Effort Expectancy* : Kenapa anda lebih memilih GoFood dalam hal mudah berinteraksi dan mudah mengoperasikan fitur layanan?

Jawab : Karena GoFood lebih simple dan gak buat bingung sewaktu digunakan.

3. ***Social Influence*** : Kenapa orang terdekat dan orang yang anda anggap penting lebih merekomendasikan layanan GoFood dibandingkan ShopeeFood?

Jawab: Karena layanan antarmuka lebih baik, mudah digunakan dan tidak ribet.

4. ***Hedonic Motivation***: Kenapa anda lebih memilih nyaman dan menyenangkan memesan makanan dengan layanan GoFood dibanding ShopeeFood ?

Jawab : Karena GoFood lebih gampang digunakan dan juga banyak varian makanan yang tersedia.

5. ***Price Value*** : Kenapa anda lebih memilih biaya layanan GoFood terjangkau dan sesuai dengan kualitas dibandingkan dengan ShopeeFood?

Jawab : Karena banyak promo yang di berikan.

6. ***Personal Innovativeness*** : kenapa anda lebih memilih tertarik menggunakan fitur baru dan menggunakan berbagai fitur yang ada di layanan ShopeeFood dibanding GoFood?

Jawab : Karena saya tertarik dengan hal baru, dan ShopeeFood ini juga merupakan layanan baru dari aplikasi shopee makanya saya tertarik menggunakannya.

7. ***Behavioural Intention***: Kenapa anda lebih memilih berniat menggunakan layanan ShopeeFood? Kenapa anda lebih merekomendasikan GoFood kepada orang lain?

Jawab : Karena banyak promo yang tersedia setiap hari, dan bisa menggunakan lebih dari 1 promo. Karena GoFood lebih mudah digunakan dan tidak ribet

Lampiran 12. Bukti Wawancara



Lampiran 14. Surat Keterangan Lulus Plagiarisme

SURAT KETERANGAN HASIL PEMERIKSAAN PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Stefanus Setyo Wibagso, S.Kom., M.Kom.

NIP : 08820071

NIDN : 0214118102

Program Studi : Sistem Informasi

Jabatan : Ketua Program Studi

Dengan ini menerangkan bahwa karya ilmiah dibawah ini:

No	Bentuk Karya Ilmiah	Judul	Penulis	Hasil Similarity
1.	Laporan Tugas Akhir	Analisis Perbandingan Perilaku Pengguna <i>Online Food Delivery (Ofd)</i> Dengan Menggunakan Utaut 3 (Studi Kasus: Pengguna Gofood Dan Shopee Food Di Kota Palembang)	Clara Agustina	25%
2.	Laporan Tugas Akhir	Analisis Penerimaan Pengguna Aplikasi MyPertamina di Kota Palembang Menggunakan <i>Techonology Acceptance Model 3</i>	Filipus Kurnia Angga	21%
3.	Laporan Tugas Akhir	Analisis Kualitas e-Learning Berdasarkan ISO/EIC 25010 (Studi Kasus: Lumen Universitas Katolik Musi Charitas)	Kadek Rosalina	25%

Berdasarkan hasil dari Aplikasi Turnitin, karya ilmiah diatas sudah memenuhi batas toleransi *similarity check* anti plagiarisme yang sesuai dengan ketentuan Universitas Katolik Musi Charitas.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palembang, 02 September 2023



Stefanus Setyo Wibagso, S.Kom., M.Kom.



Lampiran 15. Persentase Hasil Plagiarisme

SKRIPSI CLARA NEW cek turnitin.pdf			
ORIGINALITY REPORT			
25%	24%	11%	13%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	digilib.uinsby.ac.id Internet Source		2%
2	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source		2%
3	eprints.ukmc.ac.id Internet Source		1%
4	repository.usd.ac.id Internet Source		1%
5	pdfcoffee.com Internet Source		1%
6	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source		1%
7	journal-isi.org Internet Source		1%
8	Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia Student Paper		1%
9	www.slideshare.net Internet Source		1%