

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)
<input type="checkbox"/> Laki-laki	<input type="checkbox"/> 15-25 Tahun	<input type="checkbox"/> Siswa/i	<input type="checkbox"/> 1-2 Tahun
<input type="checkbox"/> Perempuan	<input type="checkbox"/> 26-35 Tahun	<input type="checkbox"/> Mahasiswa/i	<input type="checkbox"/> 2-3 Tahun
	<input type="checkbox"/> 36-45 Tahun	<input type="checkbox"/> Karyawan Swasta	<input type="checkbox"/> >3 Tahun
	<input type="checkbox"/> 46-55 Tahun	<input type="checkbox"/> PNS (Pegawai Negeri Sipil)	
		<input type="checkbox"/> Pengusaha	
		<input type="checkbox"/> IRT (Ibu Rumah Tangga)	
		<input type="checkbox"/> Lainnya	

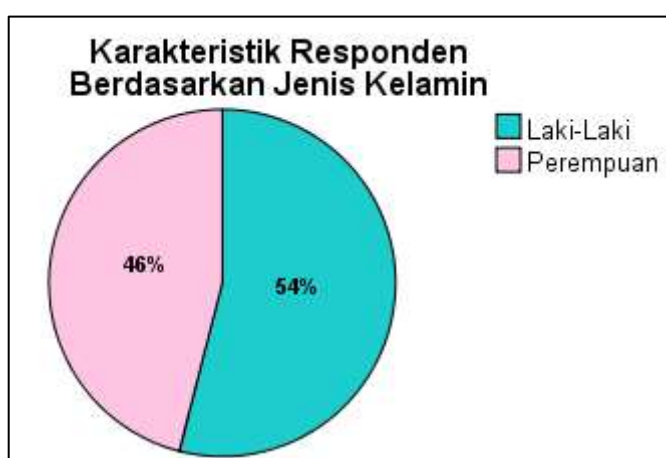
Identitas responden merupakan karakteristik yang erat denganciri dan gambaran umum dari responden itu sendiri. Adapun hasil analisa dari karakteristik responden sebagai berikut :

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
Mahasiswafi	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 siwa/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 :

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

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

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

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

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

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

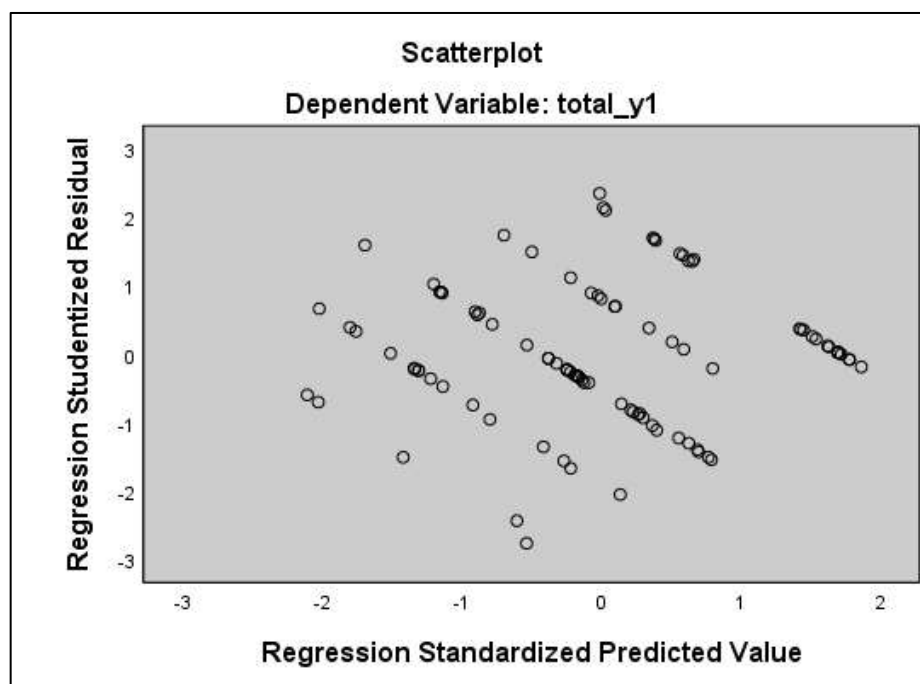
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,865	,710		2,628	,010		
total_x4	,301	,077	,315	3,914	,000	,761	1,314
total_x7	-,076	,083	-,085	-,917	,361	,568	1,761
total_x8	,151	,097	,170	1,550	,124	,409	2,444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

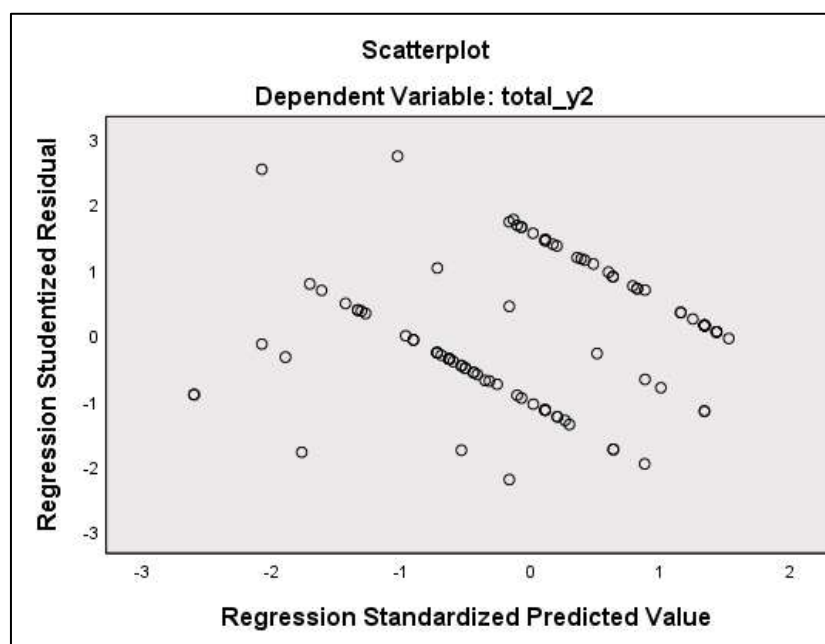
Analisisnya :

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

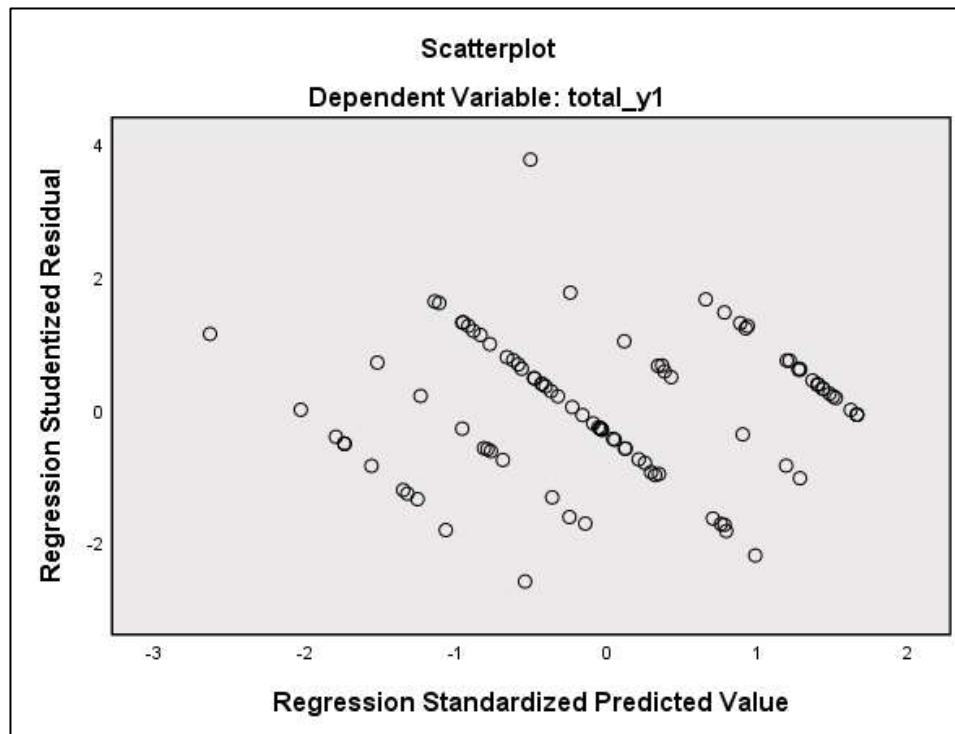
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,806	,621		1,298	,198		
	total_x4	,276	,077	,262	3,605	,000	,675	1,48
	total_x7	,119	,084	,148	1,408	,162	,325	3,08
	total_x8	,008	,099	,009	,083	,934	,326	3,07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

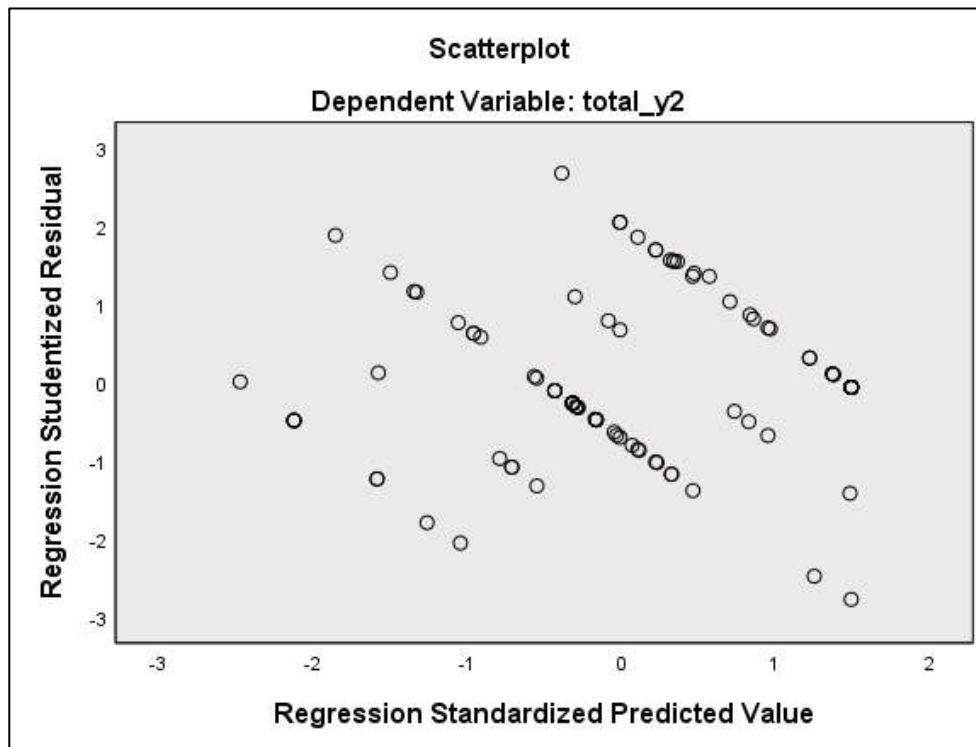
Analisisnya :

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 di dalam 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>Performance Expentancy</i> (x1)	5	4	5	3	Skor $G > S$, maka responden 27 untuk variabel <i>Performance 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</i> (y1)					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</i> (x1)	5	4	5	4	Skor $G > S$, maka responden 31 untuk variabel <i>Perfomance Expentancy</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Facilitating Conditions</i> (x4)	5	4	4	4	Skor $G > S$, maka responden 31 untuk variabel <i>Facilitating Conditions</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Hedonic Motivation</i> (x5)	5	4	4	4	Skor $G > S$, maka responden 31 untuk variabel <i>Hedonic Motivation</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Price Value</i> (x6)	5	4	5	4	Skor $G > S$, maka responden 31 untuk variabel <i>Price Value</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Habit</i> (x7)	4	4	5	3	Skor $G > S$, maka responden 31 untuk variabel <i>Habit</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Personal Innovativeness</i> (x8)	4	3	4	3	Skor $G > S$, maka responden 31 untuk variabel <i>Personal Innovativeness</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Behavioural Intention</i> (y1)	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</i> (x3)	5	4	4	4	Skor $G > S$, maka responden 32 untuk variabel <i>Social Influence</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Facilitating Conditions</i> (x4)	5	4	5	4	Skor $G > S$, maka responden 32 untuk variabel <i>Facilitating Conditions</i> lebih dominan memilih GoFood.
	<i>Price Value</i> (x6)	3	4	4	4	Skor $S > G$, maka responden 32 untuk variabel <i>Price Value</i> lebih dominan memilih ShopeeFood.
	<i>Habit</i> (x7)	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 (x1)</i>	-
2	<i>Effort Expentancy (x2)</i>	-
3	<i>Social Influence (x3)</i>	-
4	<i>Facilitating Conditions (x4)</i>	-
5	<i>Hedonic Motivation (x5)</i>	Banyak diskon yang ditawarkan
6	<i>Price Value (x6)</i>	Banyak menawarkan diskon atau potongan harga, biaya layanan yang terjangkau, voucher promo bisa di pakai lebih dari 1, lebih besar promonya.
7	<i>Habit (x7)</i>	Promonya ada setiap hari dan kita bisa menggunakan lebih dari 1 voucher promo.
8	<i>Personal Innovativeness (x8)</i>	Lebih mudah dipahami, merupakan layanan baru