

**ANALISIS PENGARUH VARIABEL DETERMINAN NIAT
MENGUNAKAN LAYANAN GOFOOD**

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana

Manajemen (S1)

Pada Program studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Adhyagusta Wisnu Sesariano

16 03 22629

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2020

Skripsi
ANALISIS PENGARUH VARIABEL DETERMINAN NIAT
MENGGUNAKAN LAYANAN GOFOOD

Disusun oleh:
Adhyagusta Wisnu Sesariano
16 03 22629

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing

Mahestu N. Krisjanti, SE., M.Sc. IB., Ph.D. Yogyakarta, 11 Desember 2020



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
Fakultas Bisnis dan Ekonomika

SURAT KETERANGAN

No. 057/J/I

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Senin, 11 Januari 2021 dengan susunan pengujian sebagai berikut:

- | | |
|---|-----------------|
| 1. Mahestu N. Krisjanti, SE., M.Sc.IB., Ph.D. | (Ketua Penguji) |
| 2. Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA. | (Anggota) |
| 3. Nadia Nila Sari, SE., MBA. | (Anggota) |

Tim Penguji Pendadaran Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah memutuskan bahwa:

Nama : Adhyagusta Wisnu Sesariano
NPM : 160322629

Dinyatakan
Lulus Tanpa Revisi

Surat Keterangan ini dibuat agar dapat digunakan untuk keperluan Yudisium kelulusan Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UAJY.

Dekan,

Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.
FASULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

ANALISIS PENGARUH VARIABEL DETERMINAN NIAT MENGUNAKAN LAYANAN GOFOOD

Benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut atau daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 11 Desember 2020

Yang menyatakan



Adhyagusta Wisnu Sesariano

KATA PENGANTAR

Terima kasih kepada Tuhan yang Maha Esa karena telah memberikan berkatnya kepada penulis untuk menyelesaikan penelitian ini dari awal hingga akhir, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Penulisan skripsi ini diperlukan untuk memenuhi salah satu persyaratan akademik dalam penyelesaian studi Strata 1 Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Judul yang penulis ajukan adalah:

ANALISIS PENGARUH VARIABEL DETERMINAN NIAT MENGUNAKAN LAYANAN GOFOOD

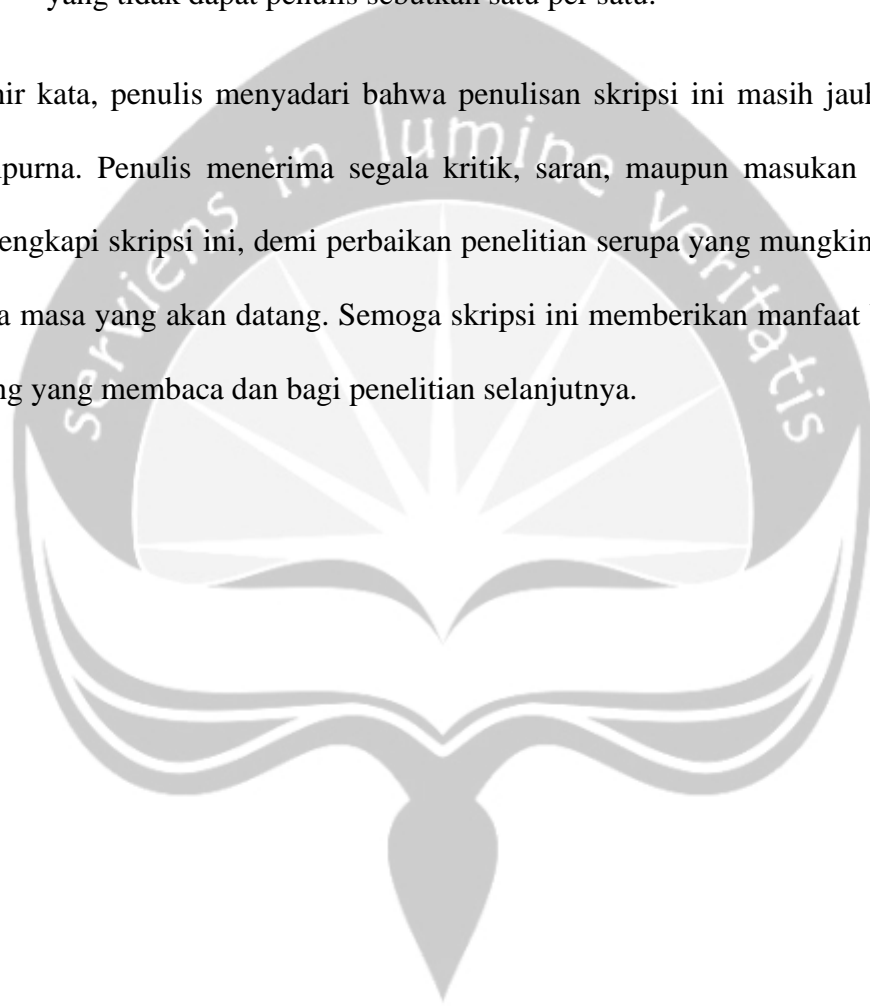
Dalam menjalani pembuatan skripsi, penulis mendapat dukungan dari berbagai pihak yang membantu memperlancar penulisan skripsi ini. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat dan kasihnya yang menuntun dan menyertai proses pembuatan skripsi dari awal hingga akhir.
2. Ibu Mahestu N. Krisjanti, SE., M.Sc. IB., Ph.D. selaku dosen pembimbing dan penasihat penulis yang selalu membantu, membimbing, dan memberi pengetahuan kepada penulis dengan sabar ketika proses pembuatan skripsi berjalan.
3. Bapak Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D. sebagai Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika yang telah memberikan sertifikasi ini sebagai wakil dari Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

4. Ibu Debora Wintriasi H., S.E., M.M., Msc. selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
5. Dosen-dosen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan ilmu selama di bangku kuliah.
6. Seluruh staff dan karyawan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah membantu dalam menyelesaikan segala administrasi.
7. Keluarga penulis, Papa, Mama, Mbak Mita, Bang Dipta dan Mbak Ayu yang selalu memberikan dukungan kepada penulis melalui doa, nasihat dan dukungan finansial, sehingga penulis dapat lebih termotivasi untuk menyelesaikan skripsi.
8. Kekasih penulis, Angela Widyaningtyas yang selalu sabar menemani dan membantu penulis dalam proses pembuatan skripsi.
9. Seluruh responden yang sudah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
10. Teman-teman penulis, Romano, Lisa, Hendra, Sesar, Ajeng, Tiffani, Rensi, Nanda, Reynara, Andro, Mita, Dewa, Putri, Lolit yang sudah berjuang bersama dalam mengerjakan skripsi dan meluangkan waktu untuk membantu penulis jika mengalami kesulitan dalam mengerjakan skripsi.

11. Kakak-kakak tingkat penulis, Bernard, Elmo, dan Felia yang sudah meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam mengerjakan skripsi.
12. Pihak-pihak yang membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Penulis menerima segala kritik, saran, maupun masukan yang akan melengkapi skripsi ini, demi perbaikan penelitian serupa yang mungkin dilakukan pada masa yang akan datang. Semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi setiap orang yang membaca dan bagi penelitian selanjutnya.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.5. Batasan Penelitian	6
1.6. Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Landasan Teori	9
2.1.1. Harapan Kinerja	9
2.1.2. Kebiasaan	9

2.1.3.	Kecenderungan Pembelian Impulsif	10
2.1.4.	Kesesuaian dengan Citra Diri	11
2.1.5.	Perhatian	11
2.1.5.1.	Kewaspadaan terhadap Perbedaan	12
2.1.5.2.	Keterbukaan pada Hal Baru	12
2.1.5.3.	Pandangan di Masa Sekarang	13
2.1.6.	Niat Menggunakan	13
2.2.	Penelitian Terdahulu	14
2.3.	Pengembangan Hipotesis	19
2.3.1.	Pengaruh Harapan Kinerja terhadap Niat Menggunakan Layanan Gofood pada aplikasi Gojek	19
2.3.2.	Perbedaan Harapan Kinerja menurut Jenis Kelamin	20
2.3.3.	Pengaruh Kebiasaan terhadap Niat menggunakan Layanan Gofood pada Aplikasi Gojek	20
2.3.4.	Perbedaan Kebiasaan menurut Jenis Kelamin	20
2.3.5.	Pengaruh Kecenderungan Pembelian Impulsif terhadap Niat Menggunakan Layanan Gofood pada Aplikasi Gojek	21
2.3.6.	Perbedaan Kecenderungan Pembelian Impulsif Menurut Jenis Kelamin	21
2.3.7.	Pengaruh Kesesuaian dengan Citra Diri terhadap Niat Menggunakan Layanan Gofood pada Aplikasi Gojek	22
2.3.8.	Perbedaan Kesesuaian dengan Citra Diri Menurut Jenis Kelamin	22

2.3.9. Pengaruh Perhatian terhadap Niat Menggunakan Layanan Gofood pada Aplikasi Gojek	22
2.3.10. Perbedaan Perhatian menurut Jenis Kelamin	23
2.4. Model Penelitian	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1. Lingkup Penelitian	25
3.2. Metode <i>Sampling</i> dan Teknik Pengumpulan Data	25
3.2.1. Sampel dan Metode <i>Sampling</i>	25
3.2.2. Teknik Pengumpulan Data	26
3.3. Metode Pengukuran Data	26
3.4. Definisi Operasional	28
3.5. Metode Pengujian Instrumen	30
3.5.1. Uji Validitas	30
3.5.2. Uji Reliabilitas	32
3.6. Metode Analisis Data	33
3.6.1. Analisis Statistik Deskriptif Responden	33
3.6.2. Analisis Data Deskriptif Variabel	33
3.6.3. Analisis Regresi Linier Berganda	34
3.6.4. Uji F	35
3.6.5. <i>Adjusted R-Squared</i>	35
3.6.6. Uji t	35
3.6.7. Uji <i>Independent t-Test</i>	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
4.1. Analisis Data Deskripsi Responden	37

4.1.1.	Statistik Demografi Responden	38
4.1.2.	Karakteristik berdasarkan Frekuensi Menggunakan Layanan Gofood pada Aplikasi Gojek	39
4.1.3.	Karakteristik Berdasarkan Uang yang Dikeluarkan	40
4.2.	Analisis Data Deskriptif Variabel	40
4.3.	Analisis Regresi Linier Berganda	42
4.4.	Perbedaan Niat Menggunakan Layanan Gofood pada Aplikasi Gojek menurut Jenis Kelamin	44
4.5.	Pembahasan	46
4.5.1.	Hubungan antara Harapan Kinerja dengan Niat Menggunakan Layanan Gofood pada Aplikasi Gojek	47
4.5.2.	Perbedaan Harapan Kinerja menurut Jenis Kelamin	47
4.5.3.	Hubungan antara Kebiasaan dengan Niat Menggunakan Layanan Gofood pada Aplikasi Gojek	48
4.5.4.	Perbedaan Kebiasaan menurut Jenis Kelamin	48
4.5.5.	Hubungan antara Kecenderungan Pembelian Impulsif dengan Niat Menggunakan Layanan Gofood pada Aplikasi Gojek	49
4.5.6.	Perbedaan Kecenderungan Pembelian Impulsif menurut Jenis Kelamin	49
4.5.7.	Hubungan antara Kesesuaian dengan Citra Diri dengan Niat Menggunakan Layanan Gofood pada Aplikasi Gojek	50
4.5.8.	Perbedaan Kesesuaian dengan Citra Diri menurut Jenis Kelamin	50
4.5.9.	Hubungan antara Perhatian dengan Niat Menggunakan	

Layanan Gofood pada Aplikasi Gojek	50
4.5.10. Perbedaan Perhatian menurut Jenis Kelamin	51
BAB V PENUTUP	52
5.1. Kesimpulan	52
5.1.1. Kesimpulan Analisis Deskriptif	52
5.1.2. Kesimpulan Analisis Regresi Linier Berganda	53
5.1.3. Kesimpulan Uji <i>Independent t-Test</i>	54
5.2. Implikasi Manajerial	54
5.3. Keterbatasan Penelitian	56
5.4. Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN	65

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1. Instrumen Skala <i>Likert</i>	27
Tabel 3.2. Definisi Operasional	28
Tabel 3.3. Hasil Uji Validitas	31
Tabel 3.4. Hasil Uji Reliabilitas	32
Tabel 4.1. Kelompok Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, Usia, Pendapatan	38
Tabel 4.2. Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Menggunakan Layanan Gofood pada Aplikasi Gojek dalam 1 Bulan	39
Tabel 4.3. Karakteristik Berdasarkan Uang yang Dikeluarkan pada Saat Menggunakan Layanan Gofood pada Aplikasi Gojek dalam 1 Kali Pemesanan	40
Tabel 4.4. Analisis Deskriptif Harapan Kinerja, Kebiasaan, Kecenderungan Pembelian Impulsif, Kesesuaian Dengan Citra Diri dan Perhatian terhadap Niat Menggunakan Layanan Gofood pada Aplikasi Gojek	41
Tabel 4.5. Hasil Uji Regresi Harapan Kinerja, Kebiasaan, Kecenderungan Pembelian Impulsif, Kesesuaian Dengan Citra Diri dan Perhatian terhadap Niat Menggunakan Layanan Gofood pada Aplikasi Gojek	42
Tabel 4.6. Perbedaan Harapan Kinerja, Kebiasaan, Kecenderungan Pembelian Impulsif, Kesesuaian Dengan Citra Diri dan Perhatian menurut Jenis Kelamin	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Pertumbuhan Pengguna Internet Indonesia	2
Gambar 2.1. Model Penelitian	24



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I	KUESIONER
LAMPIRAN II	DATA RESPONDEN
LAMPIRAN III	DATA KUESIONER
LAMPIRAN IV	UJI VALIDITAS DAN UJI RELIABILITAS
LAMPIRAN V	ANALISIS DESKRIPTIF VARIABEL
LAMPIRAN VI	ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA
LAMPIRAN VII	ANALISIS <i>INDEPENDENT T-TEST</i>



ANALISIS PENGARUH VARIABEL DETERMINAN NIAT MENGUNAKAN LAYANAN GOFOOD

Disusun oleh:

Adhyagusta Wisnu Sesariano

NPM: 16 03 22629

Pembimbing:

Mahestu N. Krisjanti, SE., M.Sc. IB., Ph.D.

Abstrak

Penelitian ini dibuat dengan tujuan untuk mengetahui faktor harapan kinerja, kebiasaan, kecenderungan pembelian impulsif, kesesuaian dengan citra diri, dan perhatian memengaruhi niat menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek. Obyek penelitian ini adalah layanan Gofood pada aplikasi Gojek. Faktor yang diteliti adalah harapan kinerja, kebiasaan, kecenderungan pembelian impulsif, kesesuaian dengan citra diri dan perhatian. Responden dalam penelitian ini berjumlah 160 orang yang pernah menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif, analisis data deskriptif, analisis regresi berganda dan uji *independent t-test* dengan menggunakan software IBM-SPSS versi 25. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa harapan kinerja, kebiasaan, dan perhatian berpengaruh terhadap niat menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek. Sedangkan variabel kecenderungan pembelian impulsif dan kesesuaian dengan citra diri tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek. Hasil dari uji *independent t-test* didapatkan bahwa ada perbedaan kebiasaan menurut jenis kelamin responden, dan didapat pula bahwa tidak ada perbedaan harapan kinerja, kecenderungan pembelian impulsif kesesuaian dengan citra diri dan perhatian menurut jenis kelamin.

Kata kunci: Harapan Kinerja, Kebiasaan, Kecenderungan Pembelian Impulsif, Perhatian, Niat Menggunakan Layanan Gofood pada Aplikasi Gojek.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Persaingan bisnis saat ini sangat ketat, semua perusahaan saling berlomba untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan para konsumen. Dengan adanya persaingan bisnis yang ketat, pemasaran menjadi salah satu hal yang menentukan apakah bisnis bisa bersaing atau tidak. Indonesia mengalami kemajuan persaingan bisnis yang ketat karena semakin banyaknya jumlah perusahaan baru dari hari ke hari, hal ini mendorong perusahaan untuk melakukan banyak inovasi dan mensiasati strategi bisnisnya agar terhindar dari kebangkrutan.

Salah satu bisnis yang berkembang dan mengalami kemajuan di Indonesia yaitu bisnis kuliner, karena Indonesia memiliki berbagai ragam makanan khas daerah masing-masing. Selain itu masyarakat Indonesia juga menyukai aneka ragam kuliner dari negara lain, sehingga bidang kuliner menjadi salah satu hal yang diperhatikan oleh masyarakat. Untuk meningkatkan penjualan dibidang kuliner, perusahaan mensiasati strategi bisnis dengan merambah kelayanan pesan antar. Tren layanan pesan antar berkembang seiring perkembangan layanan internet di Indonesia.

Saat ini Internet telah menjadi salah satu kebutuhan dari seluruh kalangan masyarakat dan internet juga banyak membantu perusahaan untuk berkembang dan memperluas bisnisnya di era yang serba digital. Berikut adalah data yang

dikeluarkan oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) mengenai pertumbuhan pengguna internet di Indonesia.



Gambar 1.1
Pertumbuhan Pengguna Internet Indonesia
Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2018 (APJII)

Berdasarkan gambar 1.1 menunjukkan pertumbuhan pengguna Internet di Indonesia dari tahun 2017 ke tahun 2018 mengalami peningkatan. Pada tahun 2018 pengguna internet di Indonesia mencapai 171,17 juta pengguna dari total populasi penduduk Indonesia sebanyak 264,16 juta jiwa. Berdasarkan data diatas, hal ini menunjukkan internet dapat membantu perusahaan untuk berkembang dan memperluas bisnisnya. Maka dari itu perusahaan harus lebih kreatif dan inovatif sebuah produk atau jasa dengan menggunakan fasilitas internet agar perusahaan tidak termakan oleh jaman.

Gunden *et al.* (2020) telah melakukan penelitian mengenai penilaian analisis pengaruh variabel determinan niat menggunakan layanan Gofood. Salah satu keterbatasan dalam penelitian Gunden *et al.* (2020) adalah menggunakan objek

OFDS (*Online Food Delivery System*) yang masih luas jenisnya. Oleh sebab itu, penelitian ini berfokus pada satu jenis OFDS yang ada di Indonesia yaitu layanan Gofood pada aplikasi Gojek.

Layanan Gofood pada aplikasi Gojek merupakan salah satu perusahaan dalam negeri yang memiliki kredibilitas yang baik dalam pemasaran digital saat ini dan sudah banyak dikenal seluruh kalangan masyarakat Indonesia. Gojek mulai memanfaatkan pemasaran digital pada tahun 2015 yang dimulai dengan layanan GoRide, GoSend, dan GoMart. Semakin berkembangnya internet dan teknologi, Gojek terus melakukan inovasi pada layanan yang mereka tawarkan. Sampai saat ini Gojek sudah memiliki 20 layanan yang mempermudah konsumen dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Salah satu layanan yang menjadi favorit konsumen adalah Gofood (Gojek, 2020, <https://www.Gojek.com/about/> pada tanggal 5 Oktober 2020). Layanan Gofood menjadi pelopor layanan pesan antar makanan di Indonesia. Layanan Gofood dari aplikasi Gojek sudah membantu UMKM Indonesia salah satunya adalah UMKM dibisnis kuliner di Indonesia (katadata, 2020, <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5e9a4e6d3947a/layanan-pesan-antar-makanan-jadi-tren-riset-nielsen-Gofood-pionirnya> pada tanggal 5 Oktober 2020).

Bedasarkan latar belakang dan penelitian terdahulu Gunden *et al.* (2020) maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengadaptasi penelitian yang sudah dibuat oleh Gunden *et al.* (2020). Penelitian ini ingin melihat lebih jauh mengenai pengaruh variabel harapan kinerja, kebiasaan, kecenderungan

pembelian impulsif, kesesuaian dengan citra diri, dan perhatian terhadap niat menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek.

1.2. Perumusan Masalah

Bedasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian adalah untuk mengetahui

1. Apakah harapan kinerja berpengaruh terhadap niat menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek?
2. Apakah kebiasaan berpengaruh terhadap niat menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek?
3. Apakah kecendrungan pembelian impulsif berpengaruh terhadap niat menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek?
4. Apakah kesesuaian citra diri berpengaruh terhadap niat untuk menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek?
5. Apakah perhatian berpengaruh dengan niat menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek?
6. Apakah ada perbedaan harapan kinerja menurut jenis kelamin responden?
7. Apakah ada perbedaan kebiasaan menurut jenis kelamin responden?
8. Apakah ada perbedaan kecenderungan pembelian impulsif menurut jenis kelamin responden?
9. Apakah ada perbedaan kesesuaian dengan citra diri menurut jenis kelamin responden?

10. Apakah ada perbedaan perhatian menurut jenis kelamin responden?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Menguji pengaruh harapan kinerja layanan Gofood pada aplikasi Gojek terhadap niat konsumen untuk menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek.
2. Menguji pengaruh kebiasaan terhadap niat konsumen untuk menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek.
3. Menguji pengaruh kecenderungan pembelian impulsif konsumen terhadap niat konsumen untuk menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek.
4. Menguji pengaruh kesesuaian dengan citra diri konsumen terhadap niat untuk menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek.
5. Menguji pengaruh perhatian konsumen terhadap layanan Gofood pada aplikasi Gojek dengan niat untuk menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek.
6. Menguji adanya perbedaan harapan kinerja menurut jenis kelamin responden.
7. Menguji adanya perbedaan kebiasaan menurut jenis kelamin responden.
8. Menguji adanya perbedaan kecenderungan pembelian impulsif menurut jenis kelamin responden.

9. Menguji adanya perbedaan kesesuaian dengan citra diri menurut jenis kelamin responden.
10. Menguji adanya perbedaan perhatian menurut jenis kelamin responden.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai sarana penambah wawasan dan penyedia informasi mengenai pengaruh niat untuk menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek dilihat dari faktor harapan kinerja, kebiasaan, kecenderungan pembelian impulsif, dan perhatian.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi bagi Gojek untuk melihat faktor-faktor yang ada dalam penelitian ini untuk meningkatkan pengguna layanan Gofood pada aplikasi Gojek.

1.5. Batasan Penelitian

- a. Variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah harapan kinerja, kebiasaan, kecenderungan pembelian impulsif, kesesuaian dengan citra diri dan perhatian.
- b. Responden yang akan dipilih adalah masyarakat yang pernah menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek.

- c. Waktu penelitian ini dilakukan dari bulan Agustus 2020 hingga Desember 2020.

1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 5 bab yang masing-masing terbagi menjadi beberapa sub bab, hal ini dilakukan sehingga pembahasan dapat tercapai atas permasalahan pokok yang lebih mendalam dan mudah dipahami oleh setiap pihak yang ingin mendapatkan informasi mengenai pengaruh harapan kinerja, kebiasaan, kecenderungan pembelian impulsif, dan perhatian terhadap layanan Gofood pada aplikasi Gojek.

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian dan sistematika pelaporan atau penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang landasan teori, penelitian sebelumnya, pengembangan hipotesis, dan kerangka penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

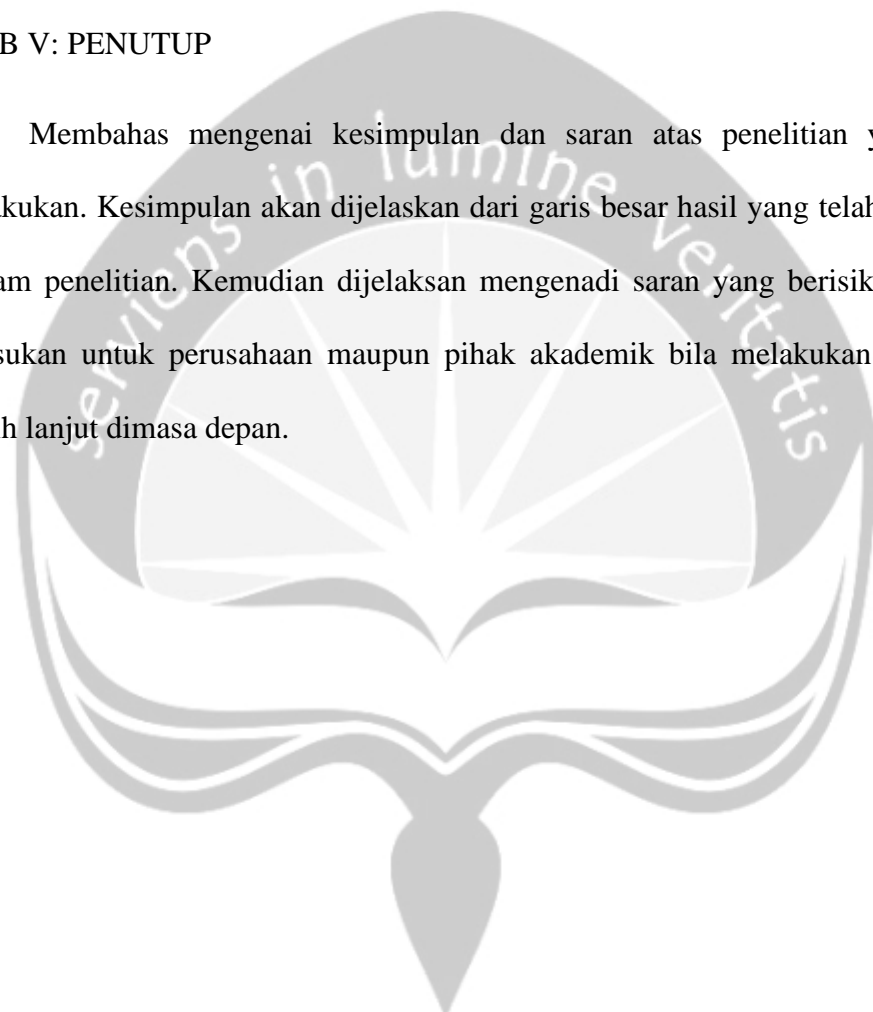
Dalam bab ini dijelaskan tentang lingkup penelitian, metode sampling dan teknik pengumpulan data, metode pengukuran data, definisi operasional, pengujian instrument, dan metode analisis data.

BAB IV: ANALISIS DATA

Pada bab ini membahas tentang gambaran umum. Analisa data, dan perhitungan dari data yang telah diolah berdasarkan hipotesis yang telah ditentukan, meliputi uji regresi linear berganda, dan pembahasan.

BAB V: PENUTUP

Membahas mengenai kesimpulan dan saran atas penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan akan dijelaskan dari garis besar hasil yang telah diperoleh dalam penelitian. Kemudian dijelaskan mengenai saran yang berisikan tentang masukan untuk perusahaan maupun pihak akademik bila melakukan penelitian lebih lanjut dimasa depan.



BAB V

PENUTUP

Dalam bab ini menjelaskan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan yaitu mengenai analisis pengaruh variabel determinan niat menggunakan layanan Gofood.

5.1. Kesimpulan

5.1.1. Kesimpulan Analisis Deskriptif

Responden dalam penelitian ini adalah semua kalangan yang pernah menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek. Total responden sebanyak 160 responden, 71 responden berjenis kelamin laki-laki dan 89 responden berjenis kelamin perempuan. Mayoritas responden berumur > 22 tahun dengan persentase 37,5%, sebagian besar responden memiliki pendapatan sebesar \leq Rp. 2.500.000 sejumlah 115 responden dengan persentase 71,88%. Responden dalam penelitian ini rata-rata menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek dalam 1 bulan sebanyak 1-4 sejumlah 110 responden dengan persentase 68,75%. Rata-rata responden mengeluarkan uang pada saat menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek sebanyak Rp 30.000 – Rp 80.000 sejumlah 118 responden dengan persentase 73,75%.

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif variabel diketahui jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 160 responden. Berdasarkan hasil harapan kinerja memiliki nilai rata-rata atau mean sebesar 4,37 yang tergolong sangat tinggi; kebiasaan memiliki nilai rata-rata atau mean sebesar 3,67 yang

tergolong tinggi; kecenderungan pembelian impulsif memiliki nilai rata-rata atau mean sebesar 2,92 yang tergolong sedang; kesesuaian dengan citra diri memiliki nilai rata-rata atau mean sebesar 3,62 yang tergolong tinggi, perhatian memiliki rata-rata atau mean sebesar 3,85 yang tergolong tinggi; dan niat menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek memiliki rata-rata atau mean sebesar 4,18 yang tergolong tinggi.

5.1.2. Kesimpulan Analisis Regresi Linier Berganda

1. Variabel harapan kinerja berpengaruh terhadap niat menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek. Dengan demikian, hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima.
2. Variabel kebiasaan berpengaruh terhadap niat menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek. Dengan demikian, hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima.
3. Variabel kecenderungan pembelian impulsif tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek. Dengan demikian, hipotesis ketiga dalam penelitian ini ditolak.
4. Variabel kesesuaian dengan citra diri tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek. Dengan demikian, hipotesis keempat dalam penelitian ini ditolak.
5. Variabel perhatian berpengaruh terhadap niat menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek. Dengan demikian, hipotesis kelima dalam penelitian ini diterima.

5.1.3. Kesimpulan Uji *Independent t-Test*

1. Tidak ada perbedaan harapan kinerja menurut jenis kelamin.
2. Ada perbedaan kebiasaan menurut jenis kelamin.
3. Tidak ada perbedaan kecenderungan pembelian impulsif menurut jenis kelamin.
4. Tidak ada perbedaan kesesuaian dengan citra diri menurut jenis kelamin.
5. Tidak ada perbedaan perhatian menurut jenis kelamin.

5.2. Implikasi Manajerial

Penelitian ini membahas tentang analisis pengaruh variabel determinan niat menggunakan layanan Gofood. Hasil penelitian ini dapat membantu Gojek untuk memperhatikan faktor-faktor harapan kinerja, kebiasaan, kecenderungan pembelian impulsif, kesesuaian dengan citra diri, dan perhatian untuk meningkatkan niat penggunaan layanan Gofood pada aplikasi Gojek.

Harapan kinerja berpengaruh terhadap niat menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek. Harapan kinerja memberikan gambaran sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek akan membantu mempermudah dalam memesan makanan dari restoran atau tempat makan lainnya. Harapan kinerja bisa menjadi acuan untuk Gojek untuk melihat reputasi kinerja layanan Gofood berada di tingkat mana dalam benak konsumen. Semakin terfasilitasi dan semakin terlihat dampak kemudahannya melalui fitur-fitur pada aplikasi, akan semakin banyak orang menggunakan jasa yang disediakan. Maka dari itu, dirasa perlu untuk meningkatkan kemudahan yang bisa layanan Gofood berikan dari seluruh proses transaksi dan pemesanan.

Kebiasaan konsumen berpengaruh terhadap niat menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek. Kebiasaan konsumen adalah salah satu hal yang penting untuk diperhatikan oleh perusahaan. Dimana dengan adanya variabel kebiasaan, Gojek bisa melihat apa yang menjadi keinginan konsumen. Layanan Gofood pada aplikasi Gojek dapat terus dikembangkan dengan melihat faktor kebiasaan dari konsumen, agar layanan yang ditawarkan semakin memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan semakin terpenuhinya kebutuhan dan keinginan konsumen dalam layanan Gofood, maka konsumen akan menjadi nyaman dan terbiasa menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek dalam mempermudah proses pemesanan makanan dari restoran atau tempat makan lainnya.

Kecenderungan pembelian impulsif tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek. Berdasarkan penelitian terjadinya pembelian impulsif disebabkan oleh keterlibatan sikap spontan serta kecenderungan konsumsi hedonik. Namun melihat hasil dalam penelitian ini yang menunjukkan bahwa kecenderungan pembelian impulsif tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek, peneliti menyarankan agar Gojek tidak perlu melihat dan mengkhawatirkan variabel kecenderungan pembelian impulsif sebagai faktor peningkatan penggunaan dan pembelian makanan melalui Gofood pada aplikasi Gojek.

Kesesuaian dengan citra diri tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek. Dalam penelitian ini kesesuaian citra diri konsumen tidak berpengaruh terhadap layanan Gofood pada

aplikasi Gojek, karena masyarakat belum tentu tahu bagaimana tipikal dari pengguna layanan Gofood dan apakah dirinya sesuai dengan tipikal pengguna Gofood. Menurut peneliti Gojek juga tidak perlu melihat variabel kesesuaian dengan citra diri sebagai salah satu faktor untuk meningkatkan pengguna dan pembelian makanan melalui Gofood pada aplikasi Gojek, melainkan Gojek harus lebih memperhatikan faktor lain yaitu harapan kinerja, kebiasaan, dan perhatian sebagai faktor untuk meningkatkan pengguna dan pembelian makanan melalui layanan Gofood pada aplikasi Gojek.

Perhatian berpengaruh terhadap niat menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek. Perhatian adalah aspek penting dalam mengarahkan pengalaman menggunakan layanan Gofood. Perhatian dari konsumen dapat meningkatkan layanan yang ditawarkan, karena konsumen dengan kesadarannya membantu layanan Gofood dalam perbaikan layanan. Misalnya dengan konsumen memberikan ulasan untuk *driver* dan untuk restoran sudah membantu untuk meningkatkan layanan yang diberikan. Maka dari itu Gojek bisa terus meningkatkan hubungan dengan konsumen agar konsumen mau dengan sadar untuk memberikan pengalaman baik dan merekomendasikan layanan Gofood kepada orang lain untuk membantu perkembangan perusahaan.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan maupun kelemahan yang mungkin bisa diperbaiki di penelitian selanjutnya, yaitu sebagai berikut:

1. Responden penelitian ini dibatasi hanya untuk responden yang sedang menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek.

2. Karena adanya pandemi Covid-19 kuesioner yang disebarakan kepada responden hanya secara *online* melalui *google form* sehingga jawaban responden tidak bisa dipastikan kebenarannya dalam pengisian kuesioner.
3. Pada penelitian ini variabel kecenderungan pembelian impulsif dan variabel kesesuaian dengan citra diri tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek.
4. Sub variabel perhatian tidak diteliti satu per satu, melainkan diuji bersama dalam variabel perhatian.

5.4. Saran

1. Dalam penelitian selanjutnya disarankan menggunakan variabel lain, seperti variabel kepercayaan dan variabel *convinience*.
2. Jika pandemi Covid-19 sudah berakhir peneliti menyarankan untuk menyebarkan kuesioner secara langsung (*face to face*) agar hasil lebih terjamin kebenarannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anton, H. (2000). *Elementary Linear Algebra, Eight Edition*. New York: John Wiley and sons.
- Au, Y. A., & Kauffman, R. J. (2008). The economics of mobile payments: Understanding stakeholder issues for an emerging financial technology application. *Electronic Commerce Research and Applications*, 7, 141–164.
- Bargh, J. A., (2002), “Losing Consciousness: Automatic Influence on Consumer Judgement, Behavior, and Motivation”, *Journal of Consumer Research*, Vol. 29, Issue 2, 280-285.
- Boonlertvanich, K., (2009), “Consumer Buying and Decision Making Behavior of a Digital Camera in Thailand”, *RU International Journal*, Vol. 3 (1).
- Brown, K.W., Ryan, R.M., 2003, “The Benefits of Being Present: Mindfulness and its Role in Psychological Well-being, *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 84 (4), 822–848.
- Chiu, C.M., Wang, E.T.G., (2008), “Understanding Web-based Learning Continuance Intention: The Role of Subjective Task Value”, *Information Management*, 45(3), 194–201.
- Coley, A., Burgess, B., (2003), “Gender Differences in Cognitive and Affective Impulse Buying”, *Journal of Fashion Marketing and Management*, Vol. 7 No. 3. Pp. 282-295.

- Dhandra, T.K., (2019), "Achieving triple dividend through mindfulness: More sustainable consumption, less unsustainable consumption and more life satisfaction", *Ecological Economics*, Volume 161, Pages 83-90.
- Elango, D., Dowpiset, K., Chantawaranurak, J., (2018), "A Study on Factors Impacting Consumers' Intention to Use On-demand Food Delivery Application in Bangkok, Thailand", *SSRN Electronic Journal*, doi:10.2139/ssrn.3321587.
- Ericson, T., Kjøenstad, B.G., Barstad, A., (2014), "Mindfulness and Sustainability", *Ecological Economics*, Volume 104, 73-79.
- Ghozali, Imam., (2011), "*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*", Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gikannos, M.N., (2013), "Using facebook out of Habit", *Behaviour & Information Technology*, Volume 32, 594-602.
- Gunden, N., Morosan, C., DeFranco, A., (2020), "Consumers' intentions to use online food delivery systems in the USA", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 32 No. 3, pp. 1325-1345.
- Gordon, J.M., Schaller, T.K., (2014), "The Role of Mindfulness in Entrepreneurial Market Analysis", *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, Vol. 16 No.1, pp 7-25.
- Hair, J., Anderson, R., Tatham, R., & Black, W., (1998), *Multivariate Data Analysis*, Fifth Edition, Prentice Hall, Inc., Upper Saddle River, NJ.

- Hidayat, A., (2014), Tutorial Independen T Test dengan SPSS, Retrieved Mei 5, 2020, from Statistikian: <https://www.statistikian.com/2014/04/independen-t-test-dengan-SPSS.html>.
- Jaya, I. G. N. M., Sumertajaya, I. M., (2008), “Pemodelan Persamaan Struktural dengan Partial Least Square”. *Jurnal Semnas Matematika dan Pendidikan Matematika*, hal. 119-132.
- Jeong, E., Jang, S., (2018), “The Affective Psychological Process of Self-image and its Influence on Dining Experience”, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 30, Issue 3, ISSN: 0959-6119.
- Jha, A.P., Stanley, E.A., Kiyonaga, A., Wong, L. and Gelfand, L. (2010), “Examining the Protective Effects of Mindfulness Training on Working Memory Capacity and Affective Experience”, *Emotion*, Vol. 10 No. 1, pp. 54-64.
- Kang, M., Liew, B.Y.T., Lim, H., Jang, J., Lee, S., (2014), “Investigating the Determinants of Mobile Learning Acceptance in Korea Using UTAUT2”, *Emerging Issues in Smart Learning*, pp 209-216.
- Kang, Y., *et al.*, (2018), “Gender Differences in Response to a School-based Mindfulness Training Intervention for Early Adolescent”, *Journal of School Psychology*, Vol 68 Pages 163 – 176.
- Kim, C., Mirusmonov, M., Lee, I., (2010), “An Empirical Examination of Factors Influencing the Intention to Use Mobile Payment”, *Computers in Human Behavior*, Volume 26, Issue 3, 310-322.

- Koki, A.T.A., Abdullahi, U., (2014), "Gender Differences in Study Habit Skills of Undergraduate Students of Yobe State University, Damaturu, Yobe State, Nigeria", *Knowledge Review*, Volume 31 No. 2.
- Kostanski, M., Hassed, C., (2011), "Mindfulness as a Concept and a Process", *Australian Psychologist*, Volume 43, Issue 1, 15-21.
- Kuncoro, M. (2013), *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, Edisi 4, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Levy, S., Gendel-Guterman, H., (2012), "Does Advertising Matter to Store Brand Purchase Intention? A Conceptual Framework", *Journal of Product & Brand Management*, ISSN: 1061-0421.
- Limayem, M., Hirt, S.G., Cheung, C.M.K., (2007), "How Habit Limits The Predictive Power of Intention: The Case of Information System Continuance", *Management Information System Research Center*, Vol. 31, No. 4, pp. 705-737.
- ayment", *Computers in Human Behavior*, Volume 26, Issue 3, 310-322.
- Malär, L., Krohmer, H., Hoyer, W. D., Nyffenegger, B., (2011), "Emotional brand attachment and brand personality: The relative importance of the actual and the ideal self", *Journal of Marketing*, Vol. 75 No. 4, pp. 35-52.
- Nair, P.K., Ali, F., Leong, L.C., (2015), "Factors Affecting Acceptance and Use of ReWIND", *Interactive Technology and Smart Education*, Vol. 12 Iss 3 pp. 183 – 201.

- Nysveen, H., Pedersen, P.E., Thorbjørnsen, H., (2005), “Explaining Intention to Use Mobile Chat Services: Moderating Effects of Gender”, *Journal of Consumer Marketing*. ISSN: 0736-3761.
- O’koon, J., (1997), “Attachment to Parents and Peers in Late Adolescence and Their Relationship with Sel-image”, *Adolescence*, Vol. 32, Iss. 126.
- Ozen, H., Engizek, N., (2014), “Shopping Online Without Thinking: being Emotional or Rational?”, *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, Volume 26, Issue 1, ISSN: 1355-5855.
- Pratt, M.A., Sparks, B., (2014), “Predicting Wine Tourism Intention: Destination Image and Self-Congruity”, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 31:443–460, ISSN: 1054-8408.
- Quester, P.G., Karunaratna, A., Goh, L.K., (2000), “Self-congruity and Product Evaluation: A Cross-cultural Study”, *Journal of Consumer Marketing*, Vol 17 Issue 6. ISSN: 0736-3761.
- Raharjo, S., (2015), Cara Uji Independent Sample t-test dan Interpretasi dengan SPSS, Retrieved Mei 5, 2020, from SPSS Indonesia: <https://www.SPSSindonesia.com/2015/05/cara-uji-independent-sample-t-test-dan.html>
- Renaud, K., Otondo, R., Warkentin, M., (2019), “This is the Way I Create My Password... Does the Endowment Effect Deter People from Changing the Way They Create Their Password?”, *Computer & Security*, Volume 82, 241-260.

- Robert, N., Thatcher, J., Klein, R., (2007), "Tying Context to Post-Adoption Behavior with Information Technologi: A Conceptual and Operational Definition of Mindfulness", *American Conference on Information Systems (AMCIS)*.
- Sekaran, U., Bougie, R., (2016). *Research Methods for Business*, Seventh Edition, Chichester, West Sussex, United Kingdom: John Wiley & Son.
- Sirgy, M.J., dan Su, C., (2000), "Destination Image, Self-congruity, and Travel Behavior: toward an Integrative model", *Journal of Travel Research*, Vol. 38 No. 4, pp. 340-352.
- Strong, R., Ho, S.P., Odom, S.F., Irby, T.L., (2013), "A Course Focused on the Critical Issues in Agriculture: Students' Acceptance and Use of Mobile Learning", *NACTA Journal*, Vol. 57, Iss. 4. 57-64.
- Sugiyono, (2009), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, (2012), *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto, (2006), *Metode Riset Bisnis*. Edisi 1, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- Tam, C., Santos, D., Oliveira, T., (2018), "Exploring the influential factors of continuance intention to use mobile Apps: Extending the expectation confirmation model", *Information Systems Frontiers*, 22:243-257.

Tanaka, A., Takehara, T., Yamauchi, H., (2006), "Achievement goals in a presentation task: Performance expectancy, achievement goals, state anxiety, and task performance", *Learning and Individual Differences*, Volume 16, Issue 2, Pages 93-99

Thatcher, J.B., Wright, R.T., Sun, H., Zagencyk, T.J. and Klein, R., (2018), "Mindfulness in Information Technology Use: Definitions, Distinctions, and a New Measure", *MIS Quarterly*, Vol. 42 No. 3, pp. 831-847.

Internet:

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, (2018). "Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia", *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*, diakses dari <https://www.apjii.or.id/content/read/39/410/Hasil-Survei-Penetrasi-dan-Perilaku-Pengguna-Internet-Indonesia-2018> pada tanggal 5 Oktober 2020.

Gojek, (2020), "About", *Gojek*, diakses dari <https://www.Gojek.com/about/> pada tanggal 5 Oktober 2020.

Katadata, (2020), "Layanan Pesan-Antar Makanan Jadi Tren, Riset Nielsen: Gofood Pionirnya", *Katadata*, diakses dari <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5e9a4e6d3947a/layanan-pesan-antar-makanan-jadi-tren-riset-nielsen-Gofood-pionirnya> pada tanggal 5 Oktober 2020.



Kuesioner analisis pengaruh variabel determinan niat menggunakan layanan Gofood

Perkenalkan saya Adhyagusta Wisnu Sesariano mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika program studi Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta sedang melakukan penelitian untuk tugas akhir (Skripsi) mengenai "analisis pengaruh variabel determinan niat menggunakan layanan Gofood". Kuesioner ini ditujukan bagi yang pernah menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek. Saya memohon bantuan Saudara/ Saudari untuk meluangkan waktu dalam mengisi kuesioner ini. Atas partisipasi dan kesedian Saudara/Saudari, saya ucapkan terima kasih.

PETUNJUK PENGISIAN

Cara mengisi pertanyaan berikut ini adalah pilihlah satu angka yang paling mendeskripsikan pendapat anda di antara lima pilihan yang tersedia dalam setiap pertanyaan ini.

Keterangan:

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Netral
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat Setuju

Bagian I

Responden dipersilahkan untuk memberi tanda centang (✓) pada pilihan jawaban yang disediakan.

Apakah anda menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek saat ini?

- Ya
- Tidak (berhenti disini)

Identitas Responden

Jenis kelamin:

- Laki-laki
- Perempuan

Usia:

Pendapatan:

- ≤ Rp. 2.500.000
- ≥ Rp. 2.500.001

Frekuensi menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek dalam 1 bulan:

- 1 – 4 kali
- 5 – 8 kali
- ≥ 9 kali

Uang yang dikeluarkan pada saat menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek dalam 1 kali pemesanan:

- < Rp 30.000
- Rp 30.000 – Rp. 80.000
- > Rp 80.000

Bagian II

Responden dipersilahkan untuk memberi tanda centang (√) pada salah satu alternatif jawaban yang telah disediakan sebagai berikut.

Keterangan:

STS = Sangat Tidak Setuju

N = Netral

SS = Sangat Setuju

TS = Tidak Setuju

S = Setuju

No.	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
A. Harapan Kinerja (Venkatesh et al., 2003)						
1.	Menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek membuat saya memesan makanan lebih efisien (dibandingkan dengan menggunakan layanan lainnya, seperti memesan langsung dari website restoran atau menelepon restoran).					
2.	Menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek akan meningkatkan kualitas proses pemesanan makanan.					
3.	Menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek membuat proses pemesanan makanan menjadi lebih cepat.					
4.	Menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek akan meningkatkan efektivitas dalam pemesanan makanan.					
5.	Menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek membantu memesan makanan dari restoran.					

B. Kebiasaan (Venkatesh et al., 2012)						
6.	Bagi saya, menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek sudah menjadi kebiasaan.					
7.	Saya ketagihan menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek.					
8.	Saya harus menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek.					
9.	Saya sudah biasa menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek.					
C. Kecenderungan Pembelian Impulsif (Verhagen and Van Dolen, 2011)						
10.	Saya sering membeli barang secara spontan.					
11.	“Just do it” (lakukan saja) mendeskripsikan cara saya membeli barang.					
12.	Saya sering membeli barang tanpa berfikir panjang.					
13.	“I see it, I buy it” (saya lihat, saya membeli) mendeskripsikan diri saya.					
14.	Saya membeli barang berdasarkan apa yang sedang saya rasakan saat itu.					
D. Kesesuaian dengan Citra Diri (Antón et al., 2013)						
15.	Saya sesuai dengan tipikal pengguna layanan Gofood pada aplikasi Gojek.					
16.	Saya mengenali tipikal pengguna layanan Gofood pada aplikasi Gojek.					

17.	Citra pengguna layanan Gofood pada aplikasi Gojek mencerminkan diri saya.					
E. Perhatian (Thatcher et al., 2018)						
<ul style="list-style-type: none"> Kewaspadaan terhadap Perbedaan 						
18.	Saya menemukan cara baru untuk melakukan pemesanan makanan menggunakan layanan pesan antar.					
19.	Saya sangat kreatif saat menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek.					
20.	Saya membuat banyak kontribusi baru pada pemesanan makanan saya melalui layanan Gofood pada aplikasi Gojek.					
<ul style="list-style-type: none"> Keterbukaan pada Hal Baru 						
21.	Saya suka mencari cara yang berbeda dalam menggunakan sistem <i>online food delivery</i> .					
22.	Saya penasaran perbedaan menggunakan sistem <i>online food delivery</i> .					
23.	Saya suka mencari tahu perbedaan cara menggunakan sistem <i>online food delivery</i> .					
<ul style="list-style-type: none"> Pandangan di Masa Sekarang 						
24.	Saya menyadari orang lain menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek.					
25.	Saya mengerti gambaran besar dari pemesanan makanan yang saya pesan di					

	layanan Gofood pada aplikasi Gojek.					
26.	Saya “terlibat” saat menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek.					
F. Niat (Venkatesh et al., 2003)						
27.	Saya berniat menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek di masa yang akan datang.					
28.	Saya akan selalu mencoba menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek.					
29.	Saya akan merekomendasikan orang lain untuk menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek dimasa yang akan datang.					
30.	Layanan Gofood pada aplikasi Gojek selalu menjadi teknologi favorit saya.					



No	Apakah anda menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek saat ini?	Jenis Kelamin	Usia	Pendapatan	Frekuensi menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek dalam 1 bulan	Uang yang dikeluarkan pada saat menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek dalam 1 kali pemesanan
1	Ya	Laki-laki	22	\leq Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
2	Ya	Laki-laki	20	\leq Rp. 2.500.000	\geq 9 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
3	Ya	Laki-laki	22	\leq Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
4	Ya	Perempuan	23	\leq Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
5	Ya	Laki-laki	22	\leq Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
6	Ya	Laki-laki	22	\leq Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
7	Ya	Perempuan	22	\leq Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
8	Ya	Laki-laki	22	\geq Rp. 2.500.001	1-4 kali	< Rp 30.000
9	Ya	Laki-laki	24	\leq Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
10	Ya	Perempuan	20	\geq Rp. 2.500.001	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
11	Ya	Laki-laki	23	\leq Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
12	Ya	Perempuan	21	\leq Rp. 2.500.000	\geq 9 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
13	Ya	Laki-laki	20	\leq Rp. 2.500.000	1-4 kali	< Rp 30.000
14	Ya	Perempuan	20	\leq Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
15	Ya	Perempuan	20	\leq Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
16	Ya	Perempuan	20	\leq Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
17	Ya	Perempuan	20	\leq Rp. 2.500.000	5-8 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
18	Ya	Laki-laki	23	\geq Rp. 2.500.001	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000

No	Apakah anda menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek saat ini?	Jenis Kelamin	Usia	Pendapatan	Frekuensi menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek dalam 1 bulan	Uang yang dikeluarkan pada saat menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek dalam 1 kali pemesanan
19	Ya	Laki-laki	20	≤ Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
20	Ya	Perempuan	22	≤ Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
21	Ya	Perempuan	20	≥ Rp. 2.500.001	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
22	Ya	Laki-laki	22	≤ Rp. 2.500.000	1-4 kali	< Rp 30.000
23	Ya	Perempuan	20	≥ Rp. 2.500.001	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
24	Ya	Perempuan	22	≤ Rp. 2.500.000	5-8 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
25	Ya	Perempuan	22	≤ Rp. 2.500.000	5-8 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
26	Ya	Perempuan	24	≤ Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
27	Ya	Perempuan	23	≥ Rp. 2.500.001	1-4 kali	> Rp 80.000
28	Ya	Laki-laki	22	≤ Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
29	Ya	Laki-laki	22	≤ Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
30	Ya	Laki-laki	20	≤ Rp. 2.500.000	5-8 kali	< Rp 30.000
31	Ya	Perempuan	22	≤ Rp. 2.500.000	≥ 9 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
32	Ya	Perempuan	23	≤ Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
33	Ya	Perempuan	21	≤ Rp. 2.500.000	1-4 kali	< Rp 30.000
34	Ya	Perempuan	23	≥ Rp. 2.500.001	≥ 9 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
35	Ya	Laki-laki	24	≤ Rp. 2.500.000	1-4 kali	< Rp 30.000
36	Ya	Laki-laki	22	≥ Rp. 2.500.001	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000

37	Ya	Perempuan	23	≤ Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
38	Ya	Perempuan	21	≤ Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
No	Apakah anda menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek saat ini?	Jenis Kelamin	Usia	Pendapatan	Frekuensi menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek dalam 1 bulan	Uang yang dikeluarkan pada saat menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek dalam 1 kali pemesanan
39	Ya	Laki-laki	24	≤ Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
40	Ya	Perempuan	22	≤ Rp. 2.500.000	5-8 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
41	Ya	Perempuan	22	≤ Rp. 2.500.000	≥ 9 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
42	Ya	Laki-laki	25	≤ Rp. 2.500.000	5-8 kali	> Rp 80.000
43	Ya	Laki-laki	22	≤ Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
44	Ya	Perempuan	21	≤ Rp. 2.500.000	1-4 kali	< Rp 30.000
45	Ya	Laki-laki	23	≥ Rp. 2.500.001	5-8 kali	> Rp 80.000
46	Ya	Perempuan	22	≥ Rp. 2.500.001	≥ 9 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
47	Ya	Laki-laki	23	≥ Rp. 2.500.001	1-4 kali	< Rp 30.000
48	Ya	Perempuan	23	≤ Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
49	Ya	Laki-laki	22	≤ Rp. 2.500.000	1-4 kali	< Rp 30.000
50	Ya	Laki-laki	23	≥ Rp. 2.500.001	1-4 kali	< Rp 30.000
51	Ya	Perempuan	17	≤ Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
52	Ya	Laki-laki	20	≤ Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
53	Ya	Perempuan	24	≤ Rp. 2.500.000	1-4 kali	< Rp 30.000
54	Ya	Perempuan	22	≥ Rp. 2.500.001	≥ 9 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000

55	Ya	Perempuan	21	≤ Rp. 2.500.000	1-4 kali	< Rp 30.000
56	Ya	Laki-laki	22	≤ Rp. 2.500.000	5-8 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
57	Ya	Laki-laki	22	≤ Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
No	Apakah anda menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek saat ini?	Jenis Kelamin	Usia	Pendapatan	Frekuensi menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek dalam 1 bulan	Uang yang dikeluarkan pada saat menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek dalam 1 kali pemesanan
58	Ya	Perempuan	22	≤ Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
59	Ya	Laki-laki	21	≤ Rp. 2.500.000	≥ 9 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
60	Ya	Laki-laki	23	≥ Rp. 2.500.001	5-8 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
61	Ya	Perempuan	22	≤ Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
62	Ya	Laki-laki	23	≥ Rp. 2.500.001	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
63	Ya	Perempuan	23	≤ Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
64	Ya	Laki-laki	25	≥ Rp. 2.500.001	5-8 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
65	Ya	Perempuan	22	≥ Rp. 2.500.001	≥ 9 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
66	Ya	Perempuan	21	≤ Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
67	Ya	Perempuan	23	≤ Rp. 2.500.000	1-4 kali	> Rp 80.000
68	Ya	Laki-laki	22	≤ Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
69	Ya	Perempuan	23	≤ Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
70	Ya	Perempuan	23	≥ Rp. 2.500.001	≥ 9 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
71	Ya	Perempuan	23	≥ Rp. 2.500.001	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
72	Ya	Perempuan	24	≤ Rp. 2.500.000	1-4 kali	< Rp 30.000

73	Ya	Perempuan	23	\leq Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
74	Ya	Perempuan	23	\leq Rp. 2.500.000	5-8 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
75	Ya	Laki-laki	22	\leq Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
76	Ya	Laki-laki	23	\leq Rp. 2.500.000	1-4 kali	< Rp 30.000
No	Apakah anda menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek saat ini?	Jenis Kelamin	Usia	Pendapatan	Frekuensi menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek dalam 1 bulan	Uang yang dikeluarkan pada saat menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek dalam 1 kali pemesanan
77	Ya	Perempuan	22	\leq Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
78	Ya	Laki-laki	24	\geq Rp. 2.500.001	5-8 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
79	Ya	Laki-laki	24	\leq Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
80	Ya	Laki-laki	23	\leq Rp. 2.500.000	\geq 9 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
81	Ya	Laki-laki	21	\leq Rp. 2.500.000	\geq 9 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
82	Ya	Perempuan	22	\leq Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
83	Ya	Laki-laki	23	\geq Rp. 2.500.001	\geq 9 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
84	Ya	Perempuan	22	\leq Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
85	Ya	Laki-laki	21	\leq Rp. 2.500.000	1-4 kali	< Rp 30.000
86	Ya	Perempuan	22	\geq Rp. 2.500.001	5-8 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
87	Ya	Perempuan	22	\leq Rp. 2.500.000	\geq 9 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
88	Ya	Perempuan	20	\geq Rp. 2.500.001	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
89	Ya	Perempuan	22	\leq Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
90	Ya	Laki-laki	21	\leq Rp. 2.500.000	5-8 kali	< Rp 30.000

91	Ya	Perempuan	23	\leq Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
92	Ya	Perempuan	21	\geq Rp. 2.500.001	\geq 9 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
93	Ya	Laki-laki	22	\leq Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
94	Ya	Perempuan	22	\leq Rp. 2.500.000	5-8 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
95	Ya	Laki-laki	22	\leq Rp. 2.500.000	1-4 kali	< Rp 30.000
No	Apakah anda menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek saat ini?	Jenis Kelamin	Usia	Pendapatan	Frekuensi menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek dalam 1 bulan	Uang yang dikeluarkan pada saat menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek dalam 1 kali pemesanan
96	Ya	Perempuan	21	\leq Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
97	Ya	Laki-laki	24	\leq Rp. 2.500.000	1-4 kali	< Rp 30.000
98	Ya	Laki-laki	24	\geq Rp. 2.500.001	\geq 9 kali	< Rp 30.000
99	Ya	Perempuan	24	\geq Rp. 2.500.001	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
100	Ya	Laki-laki	22	\leq Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
101	Ya	Perempuan	18	\leq Rp. 2.500.000	\geq 9 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
102	Ya	Laki-laki	22	\leq Rp. 2.500.000	1-4 kali	< Rp 30.000
103	Ya	Laki-laki	22	\leq Rp. 2.500.000	\geq 9 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
104	Ya	Laki-laki	22	\leq Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
105	Ya	Perempuan	21	\leq Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
106	Ya	Perempuan	23	\geq Rp. 2.500.001	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
107	Ya	Laki-laki	23	\geq Rp. 2.500.001	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
108	Ya	Laki-laki	21	\leq Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000

109	Ya	Laki-laki	22	\leq Rp. 2.500.000	1-4 kali	< Rp 30.000
110	Ya	Perempuan	23	\geq Rp. 2.500.001	1-4 kali	> Rp 80.000
111	Ya	Perempuan	22	\leq Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
112	Ya	Perempuan	20	\leq Rp. 2.500.000	1-4 kali	< Rp 30.000
113	Ya	Laki-laki	23	\geq Rp. 2.500.001	1-4 kali	< Rp 30.000
114	Ya	Perempuan	22	\geq Rp. 2.500.001	5-8 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
No	Apakah anda menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek saat ini?	Jenis Kelamin	Usia	Pendapatan	Frekuensi menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek dalam 1 bulan	Uang yang dikeluarkan pada saat menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek dalam 1 kali pemesanan
115	Ya	Perempuan	23	\leq Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
116	Ya	Laki-laki	21	\geq Rp. 2.500.001	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
117	Ya	Perempuan	24	\geq Rp. 2.500.001	5-8 kali	< Rp 30.000
118	Ya	Perempuan	22	\leq Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
119	Ya	Perempuan	23	\leq Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
120	Ya	Perempuan	24	\leq Rp. 2.500.000	5-8 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
121	Ya	Laki-laki	22	\geq Rp. 2.500.001	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
122	Ya	Perempuan	22	\leq Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
123	Ya	Perempuan	23	\leq Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
124	Ya	Laki-laki	23	\leq Rp. 2.500.000	1-4 kali	< Rp 30.000
125	Ya	Perempuan	18	\leq Rp. 2.500.000	\geq 9 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
126	Ya	Laki-laki	23	\leq Rp. 2.500.000	1-4 kali	< Rp 30.000

127	Ya	Laki-laki	22	\geq Rp. 2.500.001	\geq 9 kali	> Rp 80.000
128	Ya	Perempuan	22	\leq Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
129	Ya	Laki-laki	22	\leq Rp. 2.500.000	1-4 kali	< Rp 30.000
130	Ya	Laki-laki	17	\leq Rp. 2.500.000	5-8 kali	< Rp 30.000
131	Ya	Perempuan	21	\geq Rp. 2.500.001	\geq 9 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
132	Ya	Perempuan	21	\leq Rp. 2.500.000	1-4 kali	< Rp 30.000
133	Ya	Laki-laki	17	\leq Rp. 2.500.000	5-8 kali	< Rp 30.000
No	Apakah anda menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek saat ini?	Jenis Kelamin	Usia	Pendapatan	Frekuensi menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek dalam 1 bulan	Uang yang dikeluarkan pada saat menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek dalam 1 kali pemesanan
134	Ya	Laki-laki	22	\leq Rp. 2.500.000	1-4 kali	< Rp 30.000
135	Ya	Perempuan	23	\leq Rp. 2.500.000	\geq 9 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
136	Ya	Perempuan	20	\leq Rp. 2.500.000	1-4 kali	< Rp 30.000
137	Ya	Laki-laki	17	\leq Rp. 2.500.000	1-4 kali	< Rp 30.000
138	Ya	Laki-laki	22	\leq Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
139	Ya	Laki-laki	22	\leq Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
140	Ya	Perempuan	23	\leq Rp. 2.500.000	\geq 9 kali	< Rp 30.000
141	Ya	Perempuan	22	\leq Rp. 2.500.000	5-8 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
142	Ya	Perempuan	29	\geq Rp. 2.500.001	\geq 9 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
143	Ya	Perempuan	22	\leq Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
144	Ya	Perempuan	23	\leq Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000

145	Ya	Laki-laki	23	≤ Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
146	Ya	Perempuan	23	≥ Rp. 2.500.001	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
147	Ya	Laki-laki	22	≤ Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
148	Ya	Laki-laki	19	≥ Rp. 2.500.001	≥ 9 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
149	Ya	Perempuan	22	≥ Rp. 2.500.001	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
150	Ya	Perempuan	21	≤ Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
151	Ya	Perempuan	23	≤ Rp. 2.500.000	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
152	Ya	Perempuan	22	≥ Rp. 2.500.001	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
No	Apakah anda menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek saat ini?	Jenis Kelamin	Usia	Pendapatan	Frekuensi menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek dalam 1 bulan	Uang yang dikeluarkan pada saat menggunakan layanan Gofood pada aplikasi Gojek dalam 1 kali pemesanan
153	Ya	Perempuan	29	≥ Rp. 2.500.001	≥ 9 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
154	Ya	Laki-laki	22	≤ Rp. 2.500.000	≥ 9 kali	> Rp 80.000
155	Ya	Perempuan	23	≥ Rp. 2.500.001	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
156	Ya	Perempuan	23	≥ Rp. 2.500.001	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
157	Ya	Perempuan	23	≥ Rp. 2.500.001	1-4 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
158	Ya	Perempuan	23	≤ Rp. 2.500.000	1-4 kali	> Rp 80.000
159	Ya	Laki-laki	20	≤ Rp. 2.500.000	5-8 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000
160	Ya	Laki-laki	22	≤ Rp. 2.500.000	≥ 9 kali	Rp 30.000 – Rp. 80.000





No	H K1	H K2	H K3	H K4	H K5	K 1	K 2	K 3	K 4	K P1	K P2	K P3	K P4	K P5	K C1	K C2	K C3	P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P 7	P 8	P 9	N M 1	N M 2	N M 3	N M 4
1	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
2	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	3	3	4	5	4	4	4	5	4	4	3	2	5	4	4	5	5	4	4
3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	3	2	2	2	3	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5
4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	5	4	4	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	3	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
6	5	4	4	5	4	3	3	1	4	3	1	1	1	1	3	4	1	1	1	1	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4
7	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
8	5	4	4	5	5	5	5	5	5	2	2	3	2	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
9	5	4	5	5	5	4	2	4	4	2	4	2	2	2	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
10	5	4	2	5	5	5	5	5	5	2	2	2	2	2	2	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	2	2	3	4	3	3	5	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5
12	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
13	5	5	5	5	5	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	4	3	5	3	3	2	4	2	5	2	4	4	4	4	3
14	5	4	3	4	5	4	4	4	4	3	2	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3
15	5	4	4	4	4	4	3	4	4	1	1	1	1	1	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
16	5	3	3	4	4	3	3	3	5	3	3	3	2	4	3	3	2	2	3	3	2	3	4	4	4	3	4	4	4	4
17	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	3	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
18	5	5	5	5	5	4	2	1	2	2	1	1	1	4	4	4	2	4	2	2	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	4	2	2	4	4	4	4
20	5	3	4	5	4	4	5	4	5	4	5	3	2	5	4	5	5	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4
21	5	4	4	5	5	3	2	4	5	2	4	5	4	4	3	2	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5

No	H K1	H K2	H K3	H K4	H K5	K 1	K 2	K 3	K 4	K P1	K P2	K P3	K P4	K P5	K C1	K C2	K C3	P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P 7	P 8	P 9	N M 1	N M 2	N M 3	N M 4	
22	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	3	4	3	5	4	5	3	5	4	5	5	5	
23	5	4	2	5	5	5	5	5	5	2	2	2	2	2	2	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
24	5	3	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	3	4	5	4	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	
26	5	4	4	4	5	3	3	4	4	5	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	5	5	5	4	4	
27	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	3	2	1	4	5	4	5	5	4	4	3	4	3	5	4	4	5	5	5	5	
28	4	3	3	4	5	2	2	2	5	4	4	2	1	4	3	4	2	3	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	
29	4	3	3	4	5	2	2	2	5	4	4	2	1	4	3	4	2	3	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	
30	4	3	4	4	4	3	3	3	4	2	3	2	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	5	5	
31	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
32	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	2	2	2	2	4	4	3	5	4	3	3	4	3	5	3	3	5	5	5	5	
33	4	4	4	4	4	3	3	4	4	2	3	2	1	4	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	4	4	4	
34	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	
35	4	4	4	4	4	4	3	2	4	2	2	2	2	4	4	4	4	5	4	4	4	2	2	5	4	5	4	5	4	4	
36	5	2	5	5	4	4	2	4	5	4	3	2	2	3	5	4	5	4	3	3	2	5	5	5	3	4	5	5	5	4	
37	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	2	2	2	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	
38	4	4	4	4	5	3	3	3	3	2	2	2	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4
39	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
40	5	5	5	5	5	5	5	2	5	2	2	2	2	3	5	5	5	4	4	3	2	4	4	5	4	5	5	5	5	3	
41	5	4	4	5	5	5	4	4	5	3	3	2	2	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	
42	5	5	5	5	5	1	5	1	5	1	1	1	1	1	5	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	

No	H K1	H K2	H K3	H K4	H K5	K 1	K 2	K 3	K 4	K P1	K P2	K P3	K P4	K P5	K C1	K C2	K C3	P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P 7	P 8	P 9	N M 1	N M 2	N M 3	N M 4
43	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5
44	4	4	4	5	5	2	2	4	5	1	2	1	2	2	3	3	3	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4
45	5	5	3	4	5	3	2	3	4	3	2	4	2	3	3	2	2	4	3	3	1	1	1	5	3	2	5	4	4	3
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
47	4	2	2	4	5	2	1	1	4	5	4	1	1	4	4	2	2	4	4	2	3	2	3	4	4	4	4	4	3	2
48	5	5	5	5	5	4	2	2	4	3	1	2	1	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4
49	5	5	5	5	5	3	2	2	3	2	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
50	4	2	2	4	5	2	1	1	4	5	4	1	1	4	4	2	2	4	4	2	3	2	3	4	4	4	4	4	3	2
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	1	2	2	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
52	4	4	3	4	5	3	3	4	4	3	4	2	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
53	5	5	5	5	4	5	5	5	5	1	1	1	1	1	3	2	2	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
54	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4
55	4	3	4	4	5	3	2	2	4	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	4	4	4	3
56	2	2	3	2	3	3	3	1	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	4	3	4	4	3	4	3	3	2	2	3	2
57	5	5	4	5	5	2	3	3	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	4	4	4	3
58	5	4	5	5	5	2	2	2	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4
59	5	3	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	2	2	4	3	4	4	4	4	4
60	4	4	3	5	4	4	3	4	2	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	2	4	5	4	5	3	4	5	4	3
61	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5
62	5	5	5	5	5	2	2	2	4	2	4	2	1	1	5	5	2	4	5	5	2	1	2	5	4	5	5	4	5	4
63	5	4	5	5	5	5	3	4	4	1	2	2	1	2	3	3	3	2	2	3	5	5	5	5	5	5	5	4	3	2

No	H K1	H K2	H K3	H K4	H K5	K 1	K 2	K 3	K 4	K P1	K P2	K P3	K P4	K P5	K C1	K C2	K C3	P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P 7	P 8	P 9	N M 1	N M 2	N M 3	N M 4
64	5	5	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4
65	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	2	2	1	2	3	4	2	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3
66	5	4	5	5	5	4	4	3	4	4	5	3	2	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4
67	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	2	2	2	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
69	5	4	3	5	4	3	4	3	4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	3	4	4	4	4	3
70	4	3	4	4	4	5	4	3	5	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	4	4	3	5	5	3	3
71	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	2	3	3	4	2	3	4	5	5	5	5	5	5
72	5	3	4	4	5	2	2	2	5	2	2	1	1	2	2	2	2	4	4	2	2	1	2	5	3	3	3	2	2	3
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
74	4	4	5	5	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	2	4	4	2	4	4
75	5	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	2	4	3	3	3	5	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2
76	4	4	3	4	3	3	2	2	3	1	2	3	1	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
77	4	5	4	3	4	4	5	4	3	3	3	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	3	3	4	4	4	3	3	5	5
78	4	4	5	5	5	4	4	4	5	2	2	1	1	5	4	5	4	4	5	4	2	2	2	4	4	4	5	4	4	4
79	5	5	5	4	5	4	4	4	4	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4
80	4	4	4	4	4	5	4	4	4	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	5	5	5	5
81	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
82	5	3	4	5	5	5	3	3	5	3	1	2	1	2	3	3	3	5	3	4	3	5	5	5	3	4	5	5	5	5
83	5	5	5	5	5	3	3	2	2	1	2	5	2	1	2	3	2	4	5	4	4	4	4	4	1	3	4	4	4	3
84	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	5	4	3	4

No	H K1	H K2	H K3	H K4	H K5	K 1	K 2	K 3	K 4	K P1	K P2	K P3	K P4	K P5	K C1	K C2	K C3	P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P 7	P 8	P 9	N M 1	N M 2	N M 3	N M 4	
85	4	4	5	5	5	3	3	3	3	1	1	1	1	1	2	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	
86	5	5	5	5	5	4	3	2	4	2	2	2	2	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	5	4	
87	4	3	5	4	5	4	3	2	4	3	4	3	2	2	4	3	3	5	2	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	
88	4	4	5	4	5	3	4	3	5	5	4	2	3	3	5	3	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	
89	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	
90	5	4	5	4	5	4	2	3	4	3	2	3	3	4	3	2	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	
91	3	3	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	5	3	4	4	4	4	4	
92	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	3	5	5	5	5	5	
93	4	5	5	4	3	5	4	5	5	3	4	4	4	5	4	3	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5
94	5	3	5	5	5	5	5	1	5	3	2	1	1	3	5	5	5	5	2	1	1	1	1	5	5	5	5	3	2	5	
95	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
96	5	3	2	3	5	5	5	5	5	3	4	3	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
97	5	3	3	4	5	2	1	2	4	1	1	1	1	2	3	3	1	4	2	2	4	3	1	5	3	5	3	4	3	3	
98	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	2	2	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	
99	4	3	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	5	4	3	4	5	3	3	3	3	2	4	3	4	5	5	5	4	
100	5	5	5	5	5	1	1	3	5	5	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
101	5	4	5	4	4	5	4	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	5	3	3	3	3	3	4	
102	4	4	2	4	4	2	2	3	4	2	1	1	1	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	4	3	4	3	4	3	3	
103	3	2	4	3	5	4	3	2	4	1	3	3	2	4	3	2	2	3	4	3	2	3	2	4	3	3	4	4	4	3	3
104	4	3	4	4	4	3	3	3	3	2	3	2	1	5	4	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	4	4	4	3	
105	5	2	3	4	5	2	2	1	5	1	5	1	1	1	2	5	2	5	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1

No	H K1	H K2	H K3	H K4	H K5	K 1	K 2	K 3	K 4	K P1	K P2	K P3	K P4	K P5	K C1	K C2	K C3	P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P 7	P 8	P 9	N M 1	N M 2	N M 3	N M 4	
106	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	
107	5	4	4	5	5	2	3	2	3	2	3	2	1	4	3	3	3	4	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	
108	5	4	5	5	5	3	2	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	
109	5	3	4	5	5	2	1	1	3	3	2	2	2	3	4	3	2	3	3	4	2	2	2	4	2	4	3	4	3	4	
110	5	4	5	5	5	5	2	2	4	1	1	1	1	2	4	4	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
111	5	4	5	4	5	4	3	2	3	2	2	4	4	3	4	3	3	4	3	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	
112	4	4	4	4	4	3	1	1	3	1	3	2	3	4	2	2	3	3	3	3	2	2	2	4	3	2	4	4	4	4	
113	4	2	2	4	5	2	1	1	4	5	4	1	1	4	4	2	2	4	4	2	3	2	3	4	4	4	4	4	4	3	2
114	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
115	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
116	5	5	5	5	4	4	2	1	5	5	3	2	2	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	3	
117	5	2	2	4	5	5	5	4	5	2	2	1	1	1	4	4	2	5	4	4	2	4	4	4	4	4	5	4	4	4	
118	5	4	4	4	5	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	4	3	3	4	4	4	5	3	4	4	4	3	3	
119	5	5	5	4	5	2	2	2	3	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	2	2	2	5	4	5	4	4	5	4	
120	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	
121	4	3	3	4	4	4	3	3	4	2	2	2	2	2	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	2	
122	3	3	4	4	3	3	2	3	5	3	3	5	5	3	4	3	4	4	3	3	2	3	4	3	3	3	4	3	4	3	
123	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	2	2	2	2	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	
124	5	5	5	5	5	5	3	4	4	2	2	1	1	2	4	4	3	4	3	3	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	
125	5	4	5	4	4	5	4	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	5	3	3	3	3	3	4	
126	5	5	5	5	5	5	3	4	4	2	2	1	1	2	4	4	3	4	3	3	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	

127	4	4	3	4	5	5	4	4	4	5	4	2	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4		
128	4	5	4	4	4	3	2	2	4	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4				
129	5	3	4	5	5	2	1	1	3	3	2	2	2	3	4	3	2	3	3	4	2	2	2	4	2	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4				
130	5	4	5	5	5	4	5	4	4	2	2	2	2	3	4	5	4	5	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4				
131	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5			
132	4	3	2	4	4	2	2	3	4	2	2	2	2	4	4	4	4	5	2	2	3	4	4	5	5	5	4	4	2	2	2	2	2	2	2				
133	5	4	5	5	5	4	5	4	4	2	2	2	2	3	4	5	4	5	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4			
134	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	2	2	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
135	4	4	4	5	5	4	4	2	5	2	1	1	1	2	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
136	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4			
137	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	
138	5	5	5	5	5	2	5	1	5	1	5	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
139	5	3	5	5	5	3	5	3	5	3	5	5	5	5	4	4	4	5	3	5	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	
140	4	4	3	5	5	5	4	4	5	2	2	3	3	5	4	4	3	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
141	5	5	5	5	5	5	4	3	5	4	2	2	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
142	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	2	1	4	5	3	4	3	4	2	1	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
143	4	4	4	4	4	2	2	2	4	2	4	2	1	4	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	
144	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	2	2	4	5	3	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
145	4	5	5	5	5	4	4	2	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4		
146	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	1	1	4	3	4	5	3	2	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
147	4	2	4	4	4	2	2	2	4	2	2	2	2	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	2	5	4	4	5	2	2	2	2	2	2	2	2		
148	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
149	5	5	5	5	5	4	4	2	4	2	2	2	4	5	4	3	3	5	3	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5
150	4	4	4	4	4	5	5	5	5	2	2	3	2	2	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	



LAMPIRAN IV
UJI VALIDITAS DAN UJI RELIABILITAS

VALIDITAS

Harapan Kinerja

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
HK1	17.31	4.317	.551	.398	.702
HK2	17.88	3.569	.577	.395	.691
HK3	17.61	3.685	.514	.353	.721
HK4	17.34	4.250	.645	.437	.676
HK5	17.21	4.898	.386	.271	.752

Kebiasaan

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
K1	10.89	7.291	.661	.487	.758
K2	11.20	6.098	.762	.586	.705
K3	11.41	6.395	.694	.484	.743
K4	10.43	9.479	.480	.263	.837

Kecenderungan Pembelian Impulsif

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
KPI1	11.51	16.516	.657	.502	.860
KPI2	11.59	16.558	.731	.570	.841
KPI3	11.98	16.383	.738	.694	.839
KPI4	12.15	15.751	.747	.702	.837
KPI5	11.19	17.327	.646	.421	.861

Kesesuaian dengan Citra Diri

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
KCD1	7.06	3.103	.657	.433	.718
KCD2	7.20	3.054	.623	.388	.748
KCD3	7.46	2.489	.668	.449	.709

Perhatian

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
KP1	30.63	32.398	.550	.386	.873
KP2	30.91	31.489	.583	.583	.870
KP3	31.06	30.833	.608	.580	.868
KHB1	31.01	29.396	.676	.520	.862

KHB2	31.03	29.157	.717	.807	.858
KHB3	30.97	28.697	.725	.808	.857
PMS1	30.32	33.967	.492	.395	.877
PMS2	30.82	31.269	.629	.522	.866
PMS3	30.56	32.336	.650	.537	.866

Niat Menggunakan

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
NM1	12.41	4.068	.646	.489	.765
NM2	12.51	3.887	.695	.522	.742
NM3	12.55	3.872	.687	.473	.744
NM4	12.72	3.788	.541	.317	.823

RELIABILITAS

Harapan Kinerja

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.754	.767	5

Kebiasaan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.817	.815	4

Kecenderungan Pembelian Impulsif

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.874	.875	5

Kesesuaian dengan Citra Diri

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.799	.803	3

Perhatian

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.880	.880	9

Niat Menggunakan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.815	.822	4



Harapan Kinerja

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
HarapanKinerja	160	2.40	5.00	4.3675	.49393
Valid N (listwise)	160				

Kebiasaan

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kebiasaan	160	1.75	5.00	3.6609	.87521
Valid N (listwise)	160				

Kecenderungan Pembelian Impulsif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KecenderunganPembelianImpulsif	160	1.00	5.00	2.9213	1.00015
Valid N (listwise)	160				

Kesesuaian dengan Citra Diri

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KesesuaianCitraDiri	160	2.00	5.00	3.6208	.80918
Valid N (listwise)	160				

Perhatian

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Perhatian	160	1.67	5.00	3.8514	.69147
Valid N (listwise)	160				

Niat Menggunakan

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
NiatMenggunakan	160	2.25	5.00	4.1828	.63921
Valid N (listwise)	160				



LAMPIRAN VI

ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Perhatian, Kecenderungan PembelianImpulsif, HarapanKinerja, Kebiasaan, KesesuaianCitraDiri ^b		Enter

a. Dependent Variable: NiatMenggunakan

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.776 ^a	.602	.589	.40982

a. Predictors: (Constant), Perhatian, KecenderunganPembelianImpulsif, HarapanKinerja, Kebiasaan, KesesuaianCitraDiri

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	39.101	5	7.820	46.562	.000 ^b
	Residual	25.864	154	.168		
	Total	64.965	159			

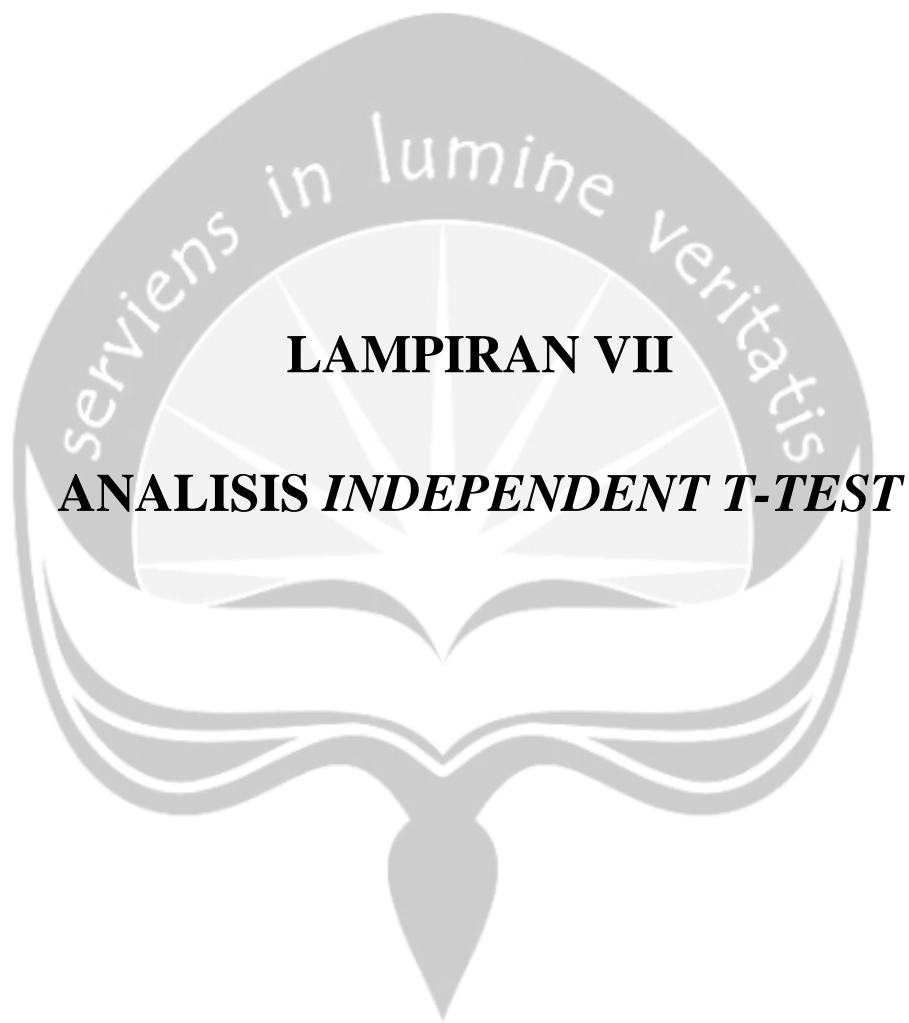
a. Dependent Variable: NiatMenggunakan

b. Predictors: (Constant), Perhatian, KecenderunganPembelianImpulsif, HarapanKinerja, Kebiasaan, KesesuaianCitraDiri

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.466	.303		1.537	.126
	HarapanKinerja	.318	.074	.246	4.300	.000
	Kebiasaan	.221	.047	.302	4.716	.000
	KecenderunganPembelianImpulsif	-.024	.037	-.038	-.660	.510
	KesesuaianCitraDiri	.063	.054	.079	1.155	.250
	Perhatian	.354	.060	.383	5.871	.000

a. Dependent Variable: NiatMenggunakan



Group Statistics

	Jenis Kelamin:	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Harapan Kinerja	1	71	4.3690	.56127	.06661
	2	89	4.3663	.43614	.04623
Kebiasaan	1	71	3.4296	.88659	.10522
	2	89	3.8455	.82530	.08748
Kecenderungan Pembelian Impulsif	1	71	2.9803	1.02436	.12157
	2	89	2.8742	.98368	.10427
Kesesuaian Citra Diri	1	71	3.6620	.81745	.09701
	2	89	3.5880	.80563	.08540
Perhatian	1	71	3.8388	.70867	.08410
	2	89	3.8614	.68130	.07222



Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
HarapanKinerja	Equal variances assumed	5.466	.021	.035	158	.973	.00272	.07884	-.15300	.15845
	Equal variances not assumed			.034	129.734	.973	.00272	.08108	-.15769	.16314
Kebiasaan	Equal variances assumed	1.337	.249	-3.064	158	.003	-.41593	.13573	-.68401	-.14784
	Equal variances not assumed			-3.040	145.080	.003	-.41593	.13684	-.68638	-.14548
KecenderunganPembelianImpulsif	Equal variances assumed	.101	.751	.666	158	.507	.10612	.15943	-.20876	.42101
	Equal variances not assumed			.663	147.414	.509	.10612	.16016	-.21038	.42263
KesesuaianCitraDiri	Equal variances assumed	.079	.779	.573	158	.567	.07396	.12903	-.18089	.32881
	Equal variances not assumed			.572	149.234	.568	.07396	.12925	-.18143	.32934
Perhatian	Equal variances assumed	.603	.439	-.205	158	.838	-.02261	.11036	-.24059	.19536
	Equal variances not assumed			-.204	147.495	.839	-.02261	.11085	-.24168	.19646

