



SKRIPSI

ANALISIS FAKTOR - FAKTOR YANG MEMENGARUHI NIAT KEBERLANJUTAN PENGUNAAN APLIKASI DOMINO'S PIZZA MENGUNAKAN MODEL UTAUT2 MODIFIKASI

NOVIA CITRA FADHLILLA
NPM 22082010216

DOSEN PEMBIMBING

Anita Wulansari, S.Kom., M.Kom
Eristya Maya Safitri, S.Kom., M.Kom

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
SURABAYA**

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMENGARUHI NIAT KEBERLANJUTAN PENGGUNAAN APLIKASI DOMINO'S PIZZA MENGUNAKAN MODEL UTAUT2 MODIFIKASI

Oleh :

NOVIA CITRA FADHLILLA

NPM. 22082010216

Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Prodi Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur Pada tanggal 28 Agustus 2026.

Menyetujui

Anita Wulansari, S.Kom., M.Kom.
NIP. 198710152022032005



(Pembimbing I)

Eristya Maya Safitri, S.Kom., M.Kom.
NIP. 199303162019032020



(Pembimbing II)

Doddy Ridwandono, S.Kom., M.Kom.
NPT. 378050702181



(Ketua Penguji)

Arista Pratama, S.Kom., M.Kom.
NPT. 17119910320052



(Penguji II)

Imroatul Ajizah, S.Pd., M.Pd.
NIP. 199511152025062003



(Penguji III)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Komputer



Prof. Dr. Ir. Novirina Hendrasarie, MT.

NIP. 19681126 199403 2 001

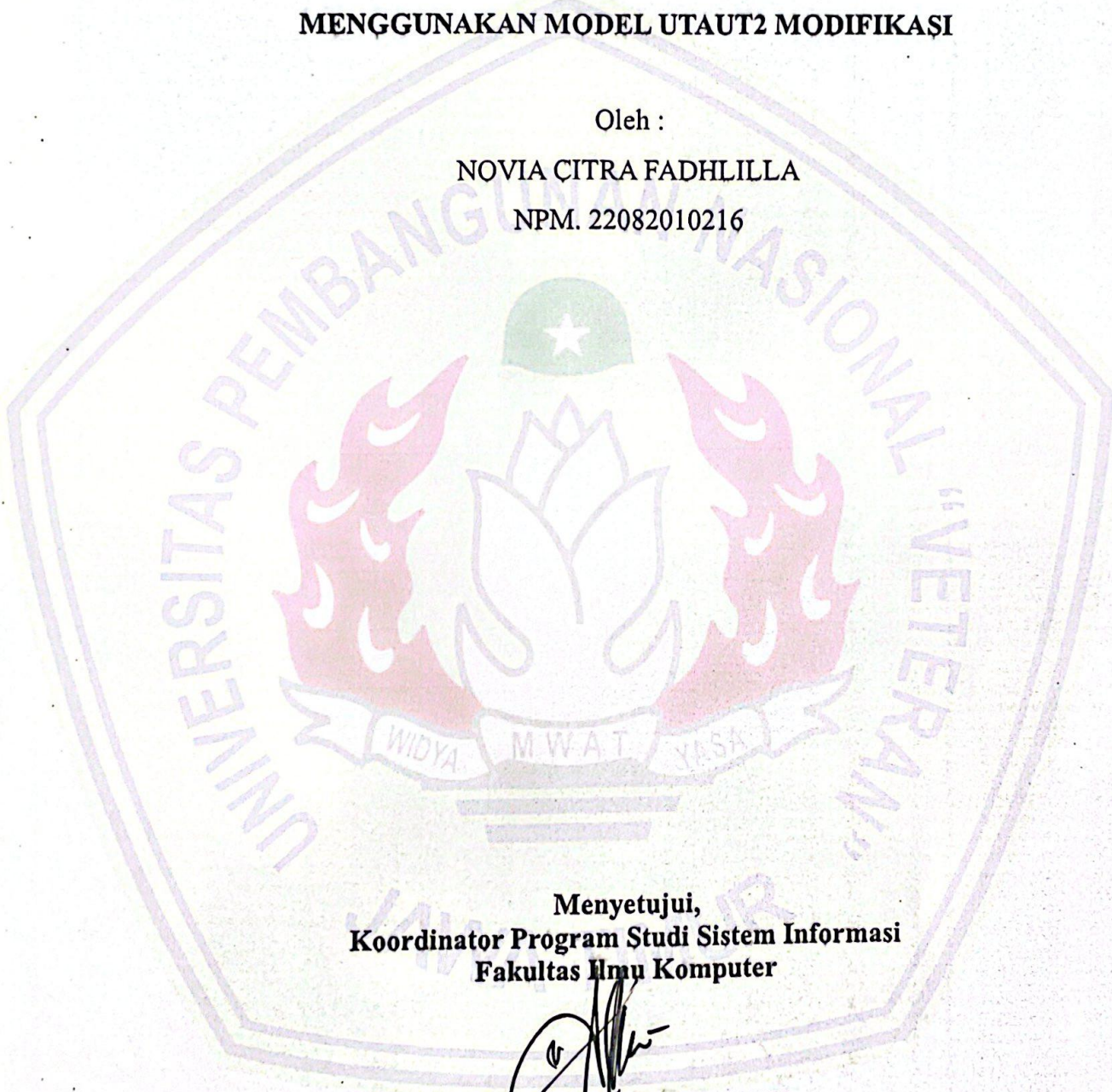
LEMBAR PERSETUJUAN

ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMENGARUHI NIAT KEBERLANJUTAN PENGGUNAAN APLIKASI DOMINO'S PIZZA MENGUNAKAN MODEL UTAUT2 MODIFIKASI

Oleh :

NOVIA CITRA FADHLILLA

NPM. 22082010216



**Menyetujui,
Koordinator Program Studi Sistem Informasi
Fakultas Ilmu Komputer**


Siti Mukaromah, S.Kom., M.Kom.
NIP. 19810704 202121 2 011

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : NOVIA CITRA FADHLILLA
NPM : 22082010216
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Sistem Informasi
Fakultas : Fakultas Ilmu Komputer

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.



Surabaya, 09 September 2026

Yang Membuat Pernyataan,



NOVIA CITRA FADHLILLA
NPM. 22082010216

ABSTRAK

Nama Mahasiswa / NPM : Novia Citra Fadhlilla / 22082010216
Judul Skripsi : Analisis Faktor - Faktor yang Memengaruhi Niat Keberlanjutan Penggunaan Aplikasi Domino's Pizza Menggunakan Model UTAUT2 Modifikasi
Dosen Pembimbing : 1. Anita Wulansari, S.Kom., M.Kom.
2. Eristya Maya Safitri, S.Kom., M.Kom.

Perkembangan layanan pemesanan makanan digital mendorong masyarakat semakin terbiasa menggunakan aplikasi, termasuk Domino's Pizza. Namun, masih ditemukan kendala seperti gangguan sistem, masalah *login*, ketidaksesuaian estimasi pengantaran, dan fitur *Online Tracking* yang kurang akurat. Penelitian ini bertujuan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi *Continuance Intention* pengguna aplikasi Domino's Pizza menggunakan UTAUT2 yang dimodifikasi melalui integrasi *Expectation Confirmation Model* (ECM) dan faktor *bandwagoning*. Penelitian kuantitatif ini melibatkan 467 responden dan dianalisis menggunakan SEM-PLS. Dari 14 hipotesis yang diuji, 12 diterima dan 2 ditolak, yaitu *Social Influence* terhadap *Satisfaction* dan *Facilitating Conditions* terhadap *Satisfaction*. *Satisfaction* dipengaruhi oleh *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Hedonic Motivation*, *Price-Saving Orientation*, dan *Confirmation*, sedangkan *Continuance Intention* dipengaruhi oleh *Performance Expectancy*, *Social Influence*, *Habit*, *Online Review*, *Online Rating*, *Online Tracking*, dan *Satisfaction*. *Satisfaction* juga memediasi secara parsial hubungan *Performance Expectancy* terhadap *Continuance Intention*. Secara keseluruhan, manfaat aplikasi, pengalaman penggunaan, kebiasaan, pengaruh sosial, informasi digital, dan kepuasan berperan dalam mendorong penggunaan berkelanjutan. Temuan ini dapat menjadi dasar bagi Domino's Pizza dalam meningkatkan kinerja aplikasi, pengalaman pengguna, dan keandalan layanan digital.

Kata Kunci: *Continuance Intention*, Domino's Pizza, UTAUT2, ECM, *Bandwagoning effect*

ABSTRACT

Nama Mahasiswa / NPM : Novia Citra Fadhlilla / 22082010216

Judul Skripsi : Analysis of Factors Influencing the Continuance
Intention to Use the Domino's Pizza Application
Using a Modified UTAUT2 Model

Dosen Pembimbing : 1. Anita Wulansari, S.Kom., M.Kom
2. Eristya Maya Safitri, S.Kom., M.Kom

The growth of digital food ordering services has encouraged people to increasingly use applications, including the Domino's Pizza application. However, several issues are still reported, such as system errors, login problems, inaccurate delivery time estimates, and unreliable Online Tracking. This study aims to analyze the factors influencing users' Continuance Intention toward the Domino's Pizza application using a modified UTAUT2 model integrated with the Expectation Confirmation Model (ECM) and bandwagoning factors. This quantitative study involved 467 respondents and used SEM-PLS for data analysis. Of the 14 hypotheses tested, 12 were accepted and 2 were rejected, namely Social Influence on Satisfaction and Facilitating Conditions on Satisfaction. Satisfaction is influenced by Performance Expectancy, Effort Expectancy, Hedonic Motivation, Price-Saving Orientation, and Confirmation, while Continuance Intention is influenced by Performance Expectancy, Social Influence, Habit, Online Review, Online Rating, Online Tracking, and Satisfaction. Satisfaction also partially mediates the relationship between Performance Expectancy and Continuance Intention. Overall, application benefits, user experience, Habit, Social Influence, digital information, and Satisfaction contribute to continued use. These findings can serve as a basis for Domino's Pizza to improve application performance, user experience, and the reliability of digital services.

Keywords: Continuance Intention, Domino's Pizza, UTAUT2, ECM, Bandwagoning effect

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat, taufik, hidayah, dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat, serta seluruh umatnya. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer pada Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Berkat pertolongan Allah SWT serta doa, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak, berbagai tantangan selama proses penyusunan dapat dilalui. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, kekuatan, kesabaran, kemudahan, serta jalan terbaik dalam setiap langkah penulis. Atas rahmat dan pertolongan-Nya, penulis dapat melewati seluruh proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
2. Mama dan Papa tercinta, yang senantiasa memberikan kasih sayang, doa, perhatian, pengorbanan, dukungan moral maupun materi, serta kepercayaan kepada penulis. Terima kasih telah menjadi tempat pulang ternyaman, pendengar terbaik, dan sumber semangat dalam setiap keadaan. Segala dukungan yang diberikan menjadi kekuatan bagi penulis untuk terus berjuang hingga menyelesaikan studi ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, kebahagiaan, dan keberkahan kepada Mama dan Papa.
3. Kakak, adik, dan keponakan tersayang, Athar, terima kasih atas perhatian, dukungan, semangat, dan kebahagiaan yang selalu diberikan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Anita Wulansari, S.Kom., M.Kom., selaku Dosen Pembimbing Pertama, atas bimbingan, arahan, dan masukan selama penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Eristya Maya Safitri, S.Kom., M.Kom., selaku Dosen Pembimbing Kedua, atas bimbingan, saran, dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Ibu Siti Mukaromah, S.Kom., M.Kom., selaku Koordinator Program Studi Sistem Informasi, serta seluruh dosen Program Studi Sistem Informasi atas ilmu dan bimbingan yang telah diberikan selama masa perkuliahan.

7. Teman-teman seperjuangan, khususnya Lintang, Saniya, Natasya, dan Auli yang telah menemani perjalanan perkuliahan melalui kebersamaan, bantuan, dukungan, diskusi, serta berbagai cerita dan tawa. Terima kasih telah saling mengingatkan, menguatkan, dan membantu dalam berbagai keadaan. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada teman-teman lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu atas segala kebaikan dan kebersamaan yang telah diberikan.
8. Teman masa kecil, Nida dan Dinda, terima kasih atas persahabatan, perhatian, doa, dan dukungan yang senantiasa diberikan hingga saat ini.
9. Teman-teman pondok, Farah, Ninis, Osi, Tya, Qonita, Naila, dan Sekar, terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan doa selama proses penyusunan skripsi ini. Semoga persahabatan yang terjalin senantiasa diberkahi Allah SWT.
10. Diri penulis sendiri, Novia Citra Fadhlilla, terima kasih telah bertahan dan terus melangkah hingga sampai pada titik ini. Terima kasih karena tidak menyerah meskipun menghadapi rasa lelah dan berbagai tantangan selama proses penyusunan skripsi. Terima kasih telah terus belajar, berusaha, dan memperbaiki diri. Skripsi ini menjadi bukti bahwa penulis mampu menyelesaikan apa yang telah dimulai.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan karena keterbatasan kemampuan, pengetahuan, dan pengalaman. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan sebagai bahan perbaikan. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi pembaca serta pihak yang membutuhkan. Sebagai penutup, ayat *“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”* (QS. Al-Baqarah: 286) menjadi penguat bagi penulis untuk tetap sabar, kuat, dan terus berusaha hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Surabaya, Agustus 2026

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	v
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	vii
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR TABEL	xxiii
DAFTAR LAMPIRAN	xxvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Batasan Masalah.....	9
1.4. Tujuan Penelitian.....	10
1.5. Manfaat Penelitian.....	10
1.5. Relevansi Sistem Informasi.....	11
1.6. Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1. Penelitian Terdahulu.....	15
2.2. Dasar Teori	34
2.2.1. Aplikasi Pemesanan Makanan Berbasis Digital	34
2.2.2. Aplikasi Domino's Pizza.....	36
2.2.3. <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2)</i> 37	
2.2.4. <i>Expectation Confirmation Model (ECM)</i>	39
2.2.5. <i>Bandwagoning effect</i>	40
2.2.6. Teknik Sampling	41

2.2.7. SEM PLS	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	43
3.1. Alur Penelitian	43
3.2. Studi Literatur	43
3.3. Identifikasi Masalah.....	45
3.4. Model Konseptual.....	46
3.4.1. Definisi Operasional.....	49
3.5. Hipotesis Penelitian	51
3.5.1. Hubungan <i>Performance Expectancy</i> dengan <i>Continuance Intention</i>	51
3.5.2. Hubungan <i>Performance Expectancy</i> dengan <i>Satisfaction</i>	52
3.5.3. Hubungan <i>Effort Expectancy</i> dengan <i>Satisfaction</i>	52
3.5.4. Hubungan <i>Social Influence</i> dengan <i>Satisfaction</i>	53
3.5.5. Hubungan <i>Social Influence</i> dengan <i>Continuance Intention</i>	53
3.5.6. Hubungan <i>Facilitating Conditions</i> dengan <i>Satisfaction</i>	54
3.5.7. Hubungan <i>Hedonic Motivation</i> dengan <i>Satisfaction</i>	54
3.5.8. Hubungan <i>Price-Saving Orientation</i> dengan <i>Satisfaction</i>	55
3.5.9. Hubungan <i>Habit</i> dengan <i>Continuance Intention</i>	55
3.5.10. Hubungan <i>Online Review</i> dengan <i>Continuance Intention</i>	56
3.5.11. Hubungan <i>Online Rating</i> dengan <i>Continuance Intention</i>	56
3.5.12. Hubungan <i>Online Tracking</i> dengan <i>Continuance Intention</i>	56
3.5.13. Hubungan <i>Confirmation</i> dengan <i>Satisfaction</i>	57
3.5.14. Hubungan <i>Satisfaction</i> dengan <i>Continuance Intention</i>	57
3.6. Populasi dan Sampel.....	58
3.6.1. Teknik Sampling.....	58
3.6.2. Ukuran Sampel	59
3.6.3. Skala Likert.....	60

3.7. Instrumen Penelitian.....	61
3.8. Penyebaran Pra Kuesioner.....	87
3.9. Uji Validitas dan Reliabilitas	87
3.9.1. Uji Validitas.....	87
3.9.2. Uji Reliabilitas	90
3.10. Penyebaran Kuesioner.....	91
3.11. Pengolahan dan Analisis Data	92
3.11.1. Data <i>Cleaning</i>	92
3.11.2. Analisis Deskriptif	93
3.11.3. Analisis Inferensial.....	94
3.12 Penarikan Kesimpulan dan Saran.....	97
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	99
4.1. Pengolahan dan Analisis Data	99
4.1.1. Pemeriksaan Kesesuaian Kriteria Sampel.....	99
4.1.2. Pemeriksaan <i>Missing Value</i>	100
4.1.3. Pemeriksaan Jawaban Berpola.....	100
4.1.4. Pemeriksaan Duplikasi.....	100
4.1.5. Pemeriksaan Outlier.....	101
4.2. Data Demografi dan Perilaku Penggunaan Responden.....	102
4.2.1 Analisis Berdasarkan Jenis Kelamin.....	102
4.2.2 Analisis Berdasarkan Usia	103
4.2.3 Analisis Berdasarkan Pekerjaan.....	105
4.2.4 Analisis Berdasarkan Pendapatan	106
4.2.5 Analisis Berdasarkan Domisili.....	107
4.2.6 Analisis Berdasarkan Intensitas Pembelian Domino's Pizza.....	108
4.3. Hasil dan Pembahasan Analisis Statistik Deskriptif.....	109

4.3.1	Frekuensi Jawaban <i>Performance Expectancy</i>	109
4.3.2	Frekuensi Jawaban <i>Effort Expectancy</i>	113
4.3.3	Frekuensi Jawaban <i>Social Influence</i>	116
4.3.4	Frekuensi Jawaban <i>Facilitating Conditions</i>	118
4.3.5	Frekuensi Jawaban <i>Hedonic Motivation</i>	121
4.3.6	Frekuensi Jawaban <i>Habit</i>	123
4.3.7	Frekuensi Jawaban <i>Price Saving Orientation</i>	125
4.3.8	Frekuensi Jawaban <i>Confirmation</i>	127
4.3.9	Frekuensi Jawaban <i>Satisfaction</i>	129
4.3.10	Frekuensi Jawaban <i>Online Review</i>	132
4.3.11	Frekuensi Jawaban <i>Online Rating</i>	134
4.3.12	Frekuensi Jawaban <i>Online Tracking</i>	136
4.3.13	Frekuensi Jawaban <i>Continuance Intention</i>	138
4.4.	Hasil dan Pembahasan Analisis Statistik Inferensial	140
4.4.1	Pengujian <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran)	141
4.4.2	Pengujian <i>Inner Model</i>	148
4.4.3	Pengujian Hipotesis	154
4.4.4	Analisis Efek Mediasi	162
4.5.	Pembahasan Hasil Penelitian	164
4.5.1.	Pengaruh <i>Performance Expectancy</i> terhadap <i>Continuance Intention</i>	164
4.5.2.	Pengaruh <i>Performance Expectancy</i> terhadap <i>Satisfaction</i>	167
4.5.3.	Pengaruh <i>Effort Expectancy</i> terhadap <i>Satisfaction</i>	168
4.5.4.	Pengaruh <i>Social Influence</i> terhadap <i>Satisfaction</i>	170
4.5.5.	Pengaruh <i>Social Influence</i> terhadap <i>Continuance Intention</i>	172
4.5.6.	Pengaruh <i>Facilitating Conditions</i> terhadap <i>Satisfaction</i>	174

4.5.7. Pengaruh <i>Hedonic Motivation</i> terhadap <i>Satisfaction</i>	175
4.5.8. Pengaruh <i>Price Saving Orientation</i> terhadap <i>Satisfaction</i>	177
4.5.9. Pengaruh <i>Habit</i> terhadap <i>Continuance Intention</i>	179
4.5.10. Pengaruh <i>Online Review</i> terhadap <i>Continuance Intention</i>	181
4.5.11. Pengaruh <i>Online Rating</i> terhadap <i>Continuance Intention</i>	182
4.5.12. Pengaruh <i>Online Tracking</i> terhadap <i>Continuance Intention</i>	184
4.5.13. Pengaruh <i>Confirmation</i> terhadap <i>Satisfaction</i>	186
4.5.14. Pengaruh <i>Satisfaction</i> terhadap <i>Continuance Intention</i>	188
4.6. Perbandingan Hasil Penelitian dengan Penelitian Acuan.....	190
BAB V PENUTUP	199
5.1 Kesimpulan	199
5.2 Saran.....	200
JADWAL PENELITIAN	201
DAFTAR PUSTAKA.....	203
LAMPIRAN.....	215

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia Tahun 2023 – 2025 [1]	1
Gambar 1.2 Data Survey Kategori Restoran Pizza 2021-2024 [6].....	3
Gambar 1.3 Pendekatan Manajemen Sistem Informasi [13].....	11
Gambar 2. 1 Nilai GMV Layanan Pesan-Antar Makanan Online di Asia Tenggara Tahun 2023-2025 [48].....	35
Gambar 2. 2 Logo Domino's Pizza [48].	36
Gambar 2. 3 Model UTAUT [7]	38
Gambar 2. 4 Model UTAUT2 [8]	39
Gambar 2. 5 Model ECM [9].....	40
Gambar 3. 1 Alur Penelitian.....	43
Gambar 3. 2 Model Konseptual.....	46
Gambar 3. 3 Model Instrumen Penelitian.....	61
Gambar 4.1 Distribusi Jenis Kelamin Responden.....	103
Gambar 4.2 Distribusi Usia Responden	104
Gambar 4.3 Distribusi Pekerjaan Responden.....	105
Gambar 4.4 Distribusi Pendapatan Responden	106
Gambar 4.5 Distribusi Domisili Responden.....	107
Gambar 4.6 Distribusi Intensitas Pembelian Domino's Pizza dalam 6 Bulan Terakhir	108
Gambar 4.7 Hasil Bootstrapping	154

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 2.2 Susunan Variabel.....	33
Tabel 3.1 Definisi Operasional	49
Tabel 3. 2 Skala Penilaian.....	61
Tabel 3.3 Instrumen Penelitian	62
Tabel 3.4 Pemetaan dan Justifikasi Adaptasi Indikator Penelitian	68
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Instrumen.....	88
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	91
Tabel 3.7 Proses Pembersihan Data.....	93
Tabel 3.8 Outer Model.....	95
Tabel 3.9 <i>Inner Model</i>	96
Tabel 4.1 Hasil Proses Data Cleaning	101
Tabel 4. 2 Frekuensi Jawaban Performance Expectancy.....	110
Tabel 4. 3 Statistik Jawaban Performance Expectancy	111
Tabel 4.4 Frekuensi Jawaban Effort Expectancy.....	113
Tabel 4.5 Statistik Jawaban Effort Expectancy	114
Tabel 4. 6 Frekuensi Jawaban Social Influence.....	116
Tabel 4.7 Statistik Jawaban Social Influence	117
Tabel 4.8 Frekuensi Jawaban Facilitating Conditions.....	118
Tabel 4.9 Statistik Jawaban Facilitating Conditions.....	119
Tabel 4.10 Frekuensi Jawaban Hedonic Motivation	121
Tabel 4.11 Statistik Jawaban Hedonic Motivation	122
Tabel 4.12 Frekuensi Jawaban Habit.....	123
Tabel 4.13 Statistik Jawaban Habit.....	124
Tabel 4.14 Frekuensi Jawaban Price Saving Orientation	125
Tabel 4.15 Statistik Jawaban Price Saving Orientation.....	126
Tabel 4.16 Frekuensi Jawaban Confirmation	128
Tabel 4.17 Statistik Jawaban Confirmation.....	128
Tabel 4.18 Frekuensi Jawaban Satisfaction.....	130
Tabel 4.19 Statistik Jawaban Satisfaction.....	131

Tabel 4.20 Frekuensi Jawaban Online Review	132
Tabel 4.21 Statistik Jawaban Online Review	133
Tabel 4.22 Frekuensi Jawaban Online Rating	134
Tabel 4.23 Statistik Jawaban Online Rating	135
Tabel 4.24 Frekuensi Jawaban Online Tracking	136
Tabel 4.25 Statistik Jawaban Online Tracking	137
Tabel 4.26 Frekuensi Jawaban Continuance Intention	138
Tabel 4.27 Statistik Jawaban Continuance Intention	139
Tabel 4.28 Nilai Outer Loading dan Average Variance Extracted (AVE)	141
Tabel 4.29 Nilai Fornell-Larcker Criterion	144
Tabel 4.30 Nilai Cross Loading	145
Tabel 4.31 Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	147
Tabel 4.32 Hasil Asesmen Kolinearitas (VIF)	149
Tabel 4.33 Hasil R-square (R^2)	150
Tabel 4.34 Hasil F-square (f^2)	151
Tabel 4.35 Hasil Predictive Relevance (Q^2)	153
Tabel 4.36 Hasil Bootstrapping	155
Tabel 4.37 Hasil Pengujian Hipotesis	157
Tabel 4.38 Hasil Analisis Efek Mediasi	163
Tabel 4.39 Perbandingan Hasil Uji Hipotesis dengan Penelitian Acuan	191

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan Izin Penelitian.....	215
Lampiran 2. Dokumentasi Ulasan Pengguna Aplikasi Domino's Pizza pada Google Play Store.....	216
Lampiran 3. Susunan Kuesioner pada Google Form.....	217
Lampiran 4. Media Penyebaran Kuesioner	227
Lampiran 5. Hasil Penyebaran Kuesioner	228
Lampiran 6. Dokumentasi Data Cleaning	228
Lampiran 7. Statistik Jawaban Responden.....	229
Lampiran 8. <i>Outer Loadings</i>	238
Lampiran 9. Nilai Cronbach's Alpha, Composite Reliability, dan AVE.....	239
Lampiran 10. Fornell-Larcker Criterion.....	239
Lampiran 11. Cross Loadings.....	240
Lampiran 12. Nilai VIF	241
Lampiran 13. <i>R-Square</i>	241
Lampiran 14. <i>F-Square</i>	241
Lampiran 15. <i>Q-Square</i>	242
Lampiran 16. Hasil Bootstrapping.....	242
Lampiran 17. Nilai Path Coefficients	242