

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DALAM.....	i
HALAMAN PENGESAHAN TESIS.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN DEWAN PENGUJI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TESIS.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Batasan Masalah.....	13
1.4 Tujuan Penelitian.....	14
1.5 Manfaat Penelitian.....	14
1.5.1 Perusahaan.....	15
1.5.2 Akademisi.....	15
1.5.3 Peneliti Selanjutnya.....	15
1.6 Sistematikan Penyusunan.....	15
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	19
2.1. Manajemen Strategik.....	20
2.2. Competitive Advantage.....	23
2.3. Balance Scorecard.....	23
2.4. Consumer Behavior.....	25
2.5. The TRA (Theory of Reasoned Action).....	26

2.6. The TPB (Theory of Planned Behavior).....	27
2.7. The TAM (Technology Acceptance Model).....	28
2.8. Repurchase Intention .....	29
2.8.1. Desire.....	31
2.8.2. Positive Response .....	35
2.9. Price Sensitivity .....	39
2.9.1. Products or Services Attractiveness.....	43
2.9.2. Intention to Buy .....	48
2.10. e-WOM .....	55
2.10.1. Social Impact (Dampak Sosial) .....	59
2.10.2. Digital Content Marketing (Pemasaran Konten Digital) .....	62
2.11. Online Customer Review .....	67
2.11.1. Psychological Customer Emotion (Perasaan Pembeli secara Psikologi).....	69
2.11.2. Trustworthiness (kepercayaan) .....	72
2.12. Reference Group .....	75
2.12.1. Personal Similarities.....	76
2.12.2. Influence.....	80
2.13. Hubungan Antar Variabel .....	81
<b>BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>85</b>
3.1. Model Konseptual Penelitian.....	85
3.2. Definisi Variabel Operasional.....	86
3.3. Hipotesis .....	88
3.4. Unit Analisis .....	89
3.4.1. Populasi & Sampel.....	89
3.5. Analisis Deskriptif Likert: TCR (Tingkat Capaian Responden).....	89
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	93
3.6.1. Teknik Analisis Data: PLS-SEM (Partial Least Square – Structural Equation Modeling). 94	
<b>BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>96</b>
4.1 Hasil Penelitian Deskriptif .....	96
4.1.1 Pengguna Aplikasi Zomato.....	96
4.1.2 Tempat Tinggal.....	97
4.1.3 Jenis Kelamin.....	97
4.1.4 Rata-rata Pengeluaran .....	98
4.1.5 Frekuensi Pemakaian Aplikasi Zomato .....	99
4.1.6 Deskripsi Kompilasi Eksplorasi Kuesioner .....	99

4.2 Evaluasi Outer Model .....	100
4.2.1 Validitas Konvergen .....	100
4.2.2 Validitas Diskriminan .....	108
4.2.3 Composite Reliability .....	109
4.3 Evaluasi Inner Model .....	110
4.3.1 Validitas Konvergen .....	115
4.3.2 Validitas Diskriminan .....	117
4.3.3 Composite Reliability .....	118
4.4 Model PLS Terbaik .....	119
4.5 Hasil Penelitian .....	121
4.6 Pembahasan .....	121
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN .....	124
5.1. SIMPULAN .....	124
5.2. SARAN .....	124
5.2.1. Saran Managerial .....	124
5.2.2. Saran peneliti selanjutnya .....	125
DAFTAR PUSTAKA .....	127
RIWAYAT HIDUP .....	132
LAMPIRAN	



**KALBIS Institute**  
 Transforming Hearts and Minds