

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
CUSTOMER SATISFACTION DAN IMPLIKASINYA TERHADAP
PERILAKU ADVOKASI DAN PENGGUNAAN KEMBALI
LAYANAN *ONLINE FOOD DELIVERY SERVICE*: TELAAH
PADA APLIKASI SHOPEE FOOD**



SKRIPSI

Felix Chandra

0000028954

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2022

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
CUSTOMER SATISFACTION DAN IMPLIKASINYA TERHADAP
PERILAKU ADVOKASI DAN PENGGUNAAN KEMBALI
LAYANAN *ONLINE FOOD DELIVERY SERVICE*: TELAAH
PADA APLIKASI SHOPEE FOOD**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)

Felix Chandra

0000028954

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG

2022

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Customer Satisfaction dan Implikasinya terhadap Perilaku Advokasi dan Penggunaan Kembali Layanan Online Food Delivery

Service: Telaah pada Aplikasi Shopee Food”

Oleh

Nama : Felix Chandra

NIM : 00000028954

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Sabtu, 02 Juli 2022


Pukul 11.00 s.d 12.30 dan dinyatakan

LULUS


Dengan susunan penguji sebagai berikut

Ketua Sidang

Penguji



Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par., M.M., CSCP

0312087404


Purnamaningsih, S.E., M.S.M.


0323047801

Pembimbing


Nosica Rizkalla, S.E., M.Sc., C.B.O

0320089001

Ketua Program Studi Manajemen


Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par., M.M., CSCP

0312087404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Felix Chandra

NIM : 00000028954

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Customer Satisfaction dan Implikasinya terhadap Perilaku Advokasi dan Penggunaan Kembali Layanan Online Food Delivery Service: Telaah pada Aplikasi Shopee Food”.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan / mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pengkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti / pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Tangerang, 10 Juli 2022



(Felix Chandra)

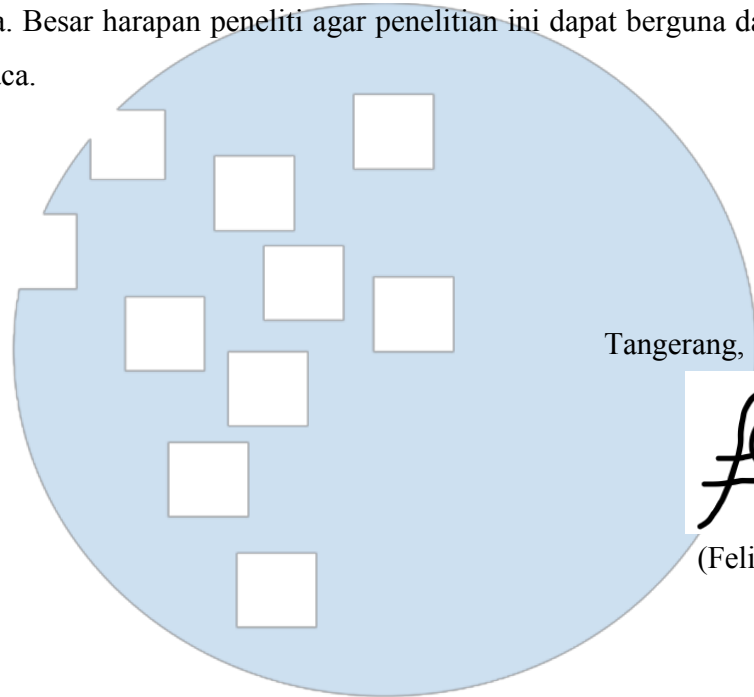
KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Customer Satisfaction dan Implikasinya terhadap Perilaku Advokasi dan Penggunaan Kembali Layanan Online Food Delivery Service: Telaah pada Aplikasi Shopee Food” sesuai dengan waktu yang telah ditentukan dan dapat terselesaikan dengan baik. Penelitian ini dibuat sebagai salah satu syarat bagi penulis untuk memperoleh gelar Strata 1, Sarjana Manajemen (S.M.) pada Fakultas Bisnis dengan Program Studi Manajemen tepatnya pada peminatan Marketing Manajemen di Universitas Multimedia Nusantara.

Penelitian ini tidak lepas dari dukungan, motivasi, pengetahuan, bantuan, serta saran dari berbagai pihak sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku rector Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ibu Dr. Florentina Kurniasari T., S. Sos., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
3. Bapak Dr. Mohammad Annas S.Tr.Par., M.M., CSCP, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Nosica Rizkalla, S.E, M.Sc.,C.B.O, sebagai Pembimbing Pertama yang telah memberikan bimbingan, motivasi, dan arahan atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga penulis yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Teman-teman dari penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam penyusunan penelitian ini.

Peneliti sadar bahwa penelitian ini masih belum sempurna, oleh karena itu segala kritik dan saran yang membangun akan peneliti terima guna perbaikan untuk kedepannya. Besar harapan peneliti agar penelitian ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pembaca.



Tangerang, 10 Juni 2022

(Felix Chandra)

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

ABSTRAK

Perkembangan zaman dan teknologi yang terjadi secara cepat dan berkelanjutan semakin mempermudah segala aspek kehidupan manusia, yang dimana hal ini juga berlaku untuk industri *Online Food Delivery Services* (OFDS). Analisis CLSA Jonathan Mardjuki mengatakan bahwa survei yang dilakukan CLSA menunjukkan 70% dari 450 responden lebih sering memesan makanan secara online daripada sebelumnya (Nordiansyah, 2021). Dalam hal ini, Shopee Food, sebagai salah satu penyedia layanan OFDS di Indonesia ternyata masih mempunyai *market share* yang sangat kecil apabila dibandingkan dengan kompetitornya (Grab Food dan Go Food), yang dapat dilihat melalui total kontribusi *Gross Merchandise Value* (GMV) Shopee Food pada tahun 2021. Secara spesifik, total GMV dari industri OFDS di Indonesia pada tahun 2021 adalah sebesar US\$4.6 miliar, dan dari angka tersebut, 49% diantaranya dikuasai Grab Food, 43% oleh Go Food, dan sisanya yaitu sebesar 8% dikuasai oleh Shopee Food (Momentum Works, 2021).

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk meneliti faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *Customer Satisfaction*, *Advocacy*, serta *Intention to reuse* aplikasi Shopee Food, sehingga Shopee Food dapat meningkatkan *market share* nya dalam industri OFDS. Penelitian ini mengkaji faktor-faktor seperti *Delivery Experience*, *Special Benefits*, *Ease of Use*, *Reviews*, *Food Hygiene*, *Time Saving*, dan *Food Rider* terhadap *Customer Satisfaction* serta implikasinya terhadap *Advocacy* dan *Intention to reuse the app*. Penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Modelling* (SEM) melalui *software* Smart PLS untuk menguji 9 hipotesis, dan melibatkan 231 responden sebagai sampel penelitian.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Special Benefits*, *Ease of Use*, *Reviews*, *Food Hygiene*, dan *Food Rider* berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction* yang kemudian berpengaruh positif juga terhadap *Advocacy* dan *Intention to reuse the app*. Sebaliknya, *Delivery Experience* dan *Time Saving* tidak memiliki pengaruh terhadap *Customer Satisfaction*.

Kata kunci: *Delivery Experience*, *Special Benefits*, *Ease of Use*, *Reviews*, *Food Hygiene*, *Time Saving*, *Food Rider*, *Customer Satisfaction*, *Advocacy*, *Intention to reuse*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

ABSTRACT

Technological advancement and digital enablement has penetrated across all aspects of our lives. One of such basic aspect, food and beverages, are being transformed by the emergence of Online Food Delivery Services (OFDS) industry. CLSA analyst Jonathan Mardjuki said that a survey conducted by CLSA showed that 70% of 450 respondents ordered food online more often than before (Nordiansyah, 2021). In this case, Shopee Food, as one of the OFDS providers in Indonesia, still has a relatively small market share at 8% compared to the top market leaders (Grab Food and Go Food), which can be seen from Shopee Food's total Gross Merchandise Value (GMV) contribution in 2021. Specifically, the total GMV for OFDS industry in Indonesia is US\$ 4.6 billion in 2021, and based on that figure, 49% of them are controlled by Grab Food, 43% by Go Food, and the remaining 8% by Shopee Food (Momentum Works, 2021).

Therefore, this study aims to examine the factors that can influence customer satisfaction, advocacy, as well as intention to reuse the Shopee Food application, so that Shopee Food can increase its market share in the OFDS industry. This study examines factors such as delivery experience, special benefits, ease of use, reviews, food hygiene, time saving, and food rider on customer satisfaction and their implications on advocacy as well as intention to reuse the app. This study employs Structural Equation Modelling (SEM) method through smart PLS software to test 9 hypotheses, and involves 231 respondents as research samples.

The results of this study indicates that special benefits, ease of use, reviews, food hygiene, and food rider positively influence customer satisfaction, which, in turn, has a positive influence on advocacy as well as intention to reuse the app. Meanwhile, it was found that delivery experience and time saving did not influence customer satisfaction

Keywords: Delivery Experience, Special Benefits, Ease of Use, Reviews, Food Hygiene, Time Saving, Food Rider, Customer Satisfaction, Advocacy, Intention to reuse

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iv |
| HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS..... | v |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| ABSTRAK | viii |
| ABSTRACT..... | ix |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL | xv |
| DAFTAR GAMBAR..... | xvi |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian | 13 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 14 |
| 1.4 Batasan Penelitian | 15 |
| 1.5 Manfaat Penelitian | 15 |
| 1.6 Sistematika Penulisan | 16 |
| BAB II LANDASAN TEORI | 18 |
| 2.1 Tinjauan Pustaka | 18 |
| 2.1.1 <i>Service Quality</i> | 18 |
| 2.1.2 <i>Delivery Experience</i> | 19 |
| 2.1.3 <i>Special Benefits</i> | 20 |
| 2.1.4 <i>Ease of Use</i> | 21 |
| 2.1.5 <i>Reviews</i> | 21 |
| 2.1.6 <i>Food Hygiene</i> | 22 |
| 2.1.7 <i>Time Saving</i> | 23 |

| | | |
|--|---|-----------|
| 2.1.8 | <i>Food Rider</i> | 24 |
| 2.1.9 | <i>Customer Satisfaction</i> | 24 |
| 2.1.10 | <i>Advocacy</i> | 25 |
| 2.1.11 | <i>Intention to re-use</i> | 26 |
| 2.2 | Pengembangan Hipotesis | 27 |
| 2.2.1 | Pengaruh <i>Delivery Experience</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> | 27 |
| 2.2.2 | Pengaruh <i>Special Benefits</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> | 28 |
| 2.2.3 | Pengaruh <i>Ease of Use</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> | 29 |
| 2.2.4 | Pengaruh <i>Reviews</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> | 30 |
| 2.2.5 | Pengaruh <i>Food Hygiene</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> | 31 |
| 2.2.6 | Pengaruh <i>Time Saving</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> | 32 |
| 2.2.7 | Pengaruh <i>Food Rider</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> | 33 |
| 2.2.8 | Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Advocacy</i> | 34 |
| 2.2.9 | Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Intention to re-use</i> | 35 |
| 2.3 | Model Penelitian | 36 |
| 2.4 | Penelitian Terdahulu | 37 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | | 43 |
| 3.1 | Gambaran Umum Objek Penelitian | 43 |
| 3.2 | Desain Penelitian..... | 44 |
| 3.2.1 | <i>Research Data</i> | 46 |
| 3.3 | Ruang Lingkup Penelitian..... | 47 |
| 3.3.1 | <i>Target Population</i> | 47 |
| 3.3.2 | <i>Sampling Frame</i> | 49 |
| 3.3.3 | <i>Sampling Technique</i> | 49 |
| 3.3.4 | <i>Sample Size</i> | 50 |
| 3.4 | Prosedur Penelitian..... | 51 |
| 3.4.1 | Periode Penelitian..... | 51 |
| 3.4.2 | Pengumpulan Data | 51 |

| | | |
|---|---|-----------|
| 3.4.3 | <i>Research Process</i> | 52 |
| 3.5 | Identifikasi Variabel Penelitian | 52 |
| 3.6 | Tabel Operasionalisasi | 53 |
| 3.7 | Teknik Analisis Data Pre-Test | 60 |
| 3.7.1 | Uji Validitas | 60 |
| 3.7.2 | Uji Reliabilitas | 61 |
| 3.8 | <i>Structured Equation Model</i> | 62 |
| 3.8.1 | Tahapan <i>Structural Equation Modelling (SEM)</i> | 63 |
| 3.8.2 | Uji <i>Measurement Model (Outer Model)</i> | 65 |
| 3.8.3 | Uji <i>Structural Model (Inner Model)</i> | 66 |
| 3.9 | <i>Testing Structural Relationship</i> | 67 |
| 3.10 | Model Keseluruhan Penelitian | 68 |
| BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN | | 69 |
| 4.1 | Deskripsi Hasil Penelitian | 69 |
| 4.2 | Profil Responden | 69 |
| 4.2.1 | Profil Responden Berdasarkan Usia | 69 |
| 4.2.2 | Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 70 |
| 4.2.3 | Profil Responden Berdasarkan Domisili | 71 |
| 4.2.4 | Profil Responden Berdasarkan Profesi | 72 |
| 4.2.5 | Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan layanan <i>Online Food Delivery Services (OFDS)</i> | 73 |
| 4.3 | Analisis Deskriptif | 73 |
| 4.3.1 | <i>Delivery Experience</i> | 75 |
| 4.3.2 | <i>Special Benefits</i> | 76 |
| 4.3.3 | <i>Ease of Use</i> | 78 |
| 4.3.4 | <i>Reviews</i> | 79 |
| 4.3.5 | <i>Food Hygiene</i> | 80 |
| 4.3.6 | <i>Food Rider</i> | 82 |

| | | |
|-------|--|-----|
| 4.3.7 | <i>Time Saving</i> | 83 |
| 4.3.8 | <i>Satisfaction</i> | 84 |
| 4.3.6 | <i>Advocacy</i> | 85 |
| 4.3.6 | <i>Intention to reuse the app</i> | 87 |
| 4.4 | Analisis Pre-Test..... | 88 |
| 4.4.1 | Uji Validitas..... | 88 |
| 4.4.2 | Uji Reliabilitas..... | 90 |
| 4.5 | Analisis Data <i>Structural Equation Model (SEM)</i> | 92 |
| 4.5.1 | Hasil Uji Pengukuran atau <i>Outer Model</i> | 92 |
| 4.5.2 | Hasil Uji Struktural atau <i>Inner Model</i> | 99 |
| 4.6 | Uji Hipotesis..... | 103 |
| 4.7 | Pembahasan Hasil Penelitian..... | 108 |
| 4.7.1 | Pengaruh <i>Delivery Experience</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> | 108 |
| 4.7.2 | Pengaruh <i>Special Benefits</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> | 108 |
| 4.7.3 | Pengaruh <i>Ease of Use</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> | 109 |
| 4.7.4 | Pengaruh <i>Reviews</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> | 109 |
| 4.7.5 | Pengaruh <i>Food Hygiene</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> | 110 |
| 4.7.6 | Pengaruh <i>Time Saving</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> | 110 |
| 4.7.7 | Pengaruh <i>Food Rider</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> | 111 |
| 4.7.8 | Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Advocacy</i> | 111 |
| 4.7.9 | Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Intention to reuse the app</i> | 112 |
| 4.8 | Implikasi Manajerial..... | 113 |
| 4.8.1 | Upaya meningkatkan <i>Customer Satisfaction</i> melalui <i>Special Benefits</i> .. | 113 |
| 4.8.2 | Upaya meningkatkan <i>Customer Satisfaction</i> melalui <i>Ease of Use</i> | 115 |
| 4.8.3 | Upaya meningkatkan <i>Customer Satisfaction</i> melalui <i>Reviews</i> | 117 |
| 4.8.4 | Upaya meningkatkan <i>Customer Satisfaction</i> melalui <i>Food Hygiene</i> | 119 |
| 4.8.5 | Upaya meningkatkan <i>Customer Satisfaction</i> melalui <i>Food Rider</i> | 120 |
| 4.8.6 | Upaya meningkatkan <i>Advocacy</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> | 121 |

| | |
|---|------------|
| 4.8.7 Upaya meningkatkan <i>Intention to reuse the app</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> | 122 |
| BAB V KESIMPULAN | 123 |
| 5.1 Kesimpulan | 123 |
| 5.2 Saran..... | 125 |
| 5.2.1 Saran Bagi Perusahaan..... | 125 |
| 5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya | 127 |
| DAFTAR PUSTAKA | 129 |
| LAMPIRAN | 134 |



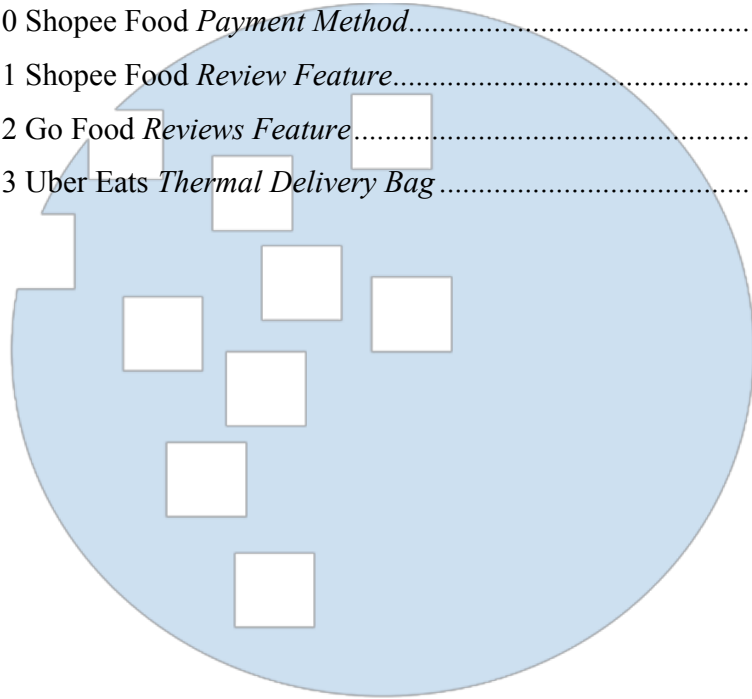
DAFTAR TABEL

| | |
|---|-----|
| Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu | 36 |
| Tabel 3.1 Tabel Operasionalisasi | 57 |
| Tabel 3.2 Syarat Uji Validitas Pre-Test | 59 |
| Tabel 4.1 Kelas Interval Kategori Jawaban | 73 |
| Tabel 4.2 Penilaian Variabel <i>Delivery Experience</i> | 74 |
| Tabel 4.3 Penilaian Variabel <i>Special Benefits</i> | 75 |
| Tabel 4.4 Penilaian Variabel <i>Ease of Use</i> | 76 |
| Tabel 4.5 Penilaian Variabel <i>Reviews</i> | 78 |
| Tabel 4.6 Penilaian Variabel <i>Food Hygiene</i> | 79 |
| Tabel 4.7 Penilaian Variabel <i>Food Rider</i> | 81 |
| Tabel 4.8 Penilaian Variabel <i>Time Saving</i> | 82 |
| Tabel 4.9 Penilaian Variabel <i>Satisfaction</i> | 83 |
| Tabel 4.10 Penilaian Variabel <i>Advocacy</i> | 84 |
| Tabel 4.11 Penilaian Variabel <i>Intention to reuse the app</i> | 86 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Pre-Test | 87 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Pre-Test | 90 |
| Tabel 4.14 Nilai <i>Outer Loadings</i> | 92 |
| Tabel 4.15 Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> | 94 |
| Tabel 4.16 Nilai <i>Cross Loading</i> | 95 |
| Tabel 4.17 Uji <i>Construct Reliability and Validity</i> | 97 |
| Tabel 4.18 Nilai <i>R Square</i> | 99 |
| Tabel 4.19 Nilai <i>F Square</i> | 100 |
| Tabel 4.20 Nilai <i>Variance Inflated Factor</i> | 101 |
| Tabel 4.21 Nilai <i>Path Coefficients</i> | 103 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1 <i>Consumer's online purchase behavior pre & post Covid-19</i> | 2 |
| Gambar 1.2 <i>New user & increased usage on online food delivery service</i> | 3 |
| Gambar 1.3 <i>Reasons of using food delivery apps more often during Covid-19 among consumers in Indonesia</i> | 4 |
| Gambar 1.4 <i>Reasons of ordering food online</i> | 5 |
| Gambar 1.5 <i>SEA food delivery market growth</i> | 6 |
| Gambar 1.6 <i>SEA Online food delivery GMV 2021</i> | 7 |
| Gambar 1.7 <i>Brief history of food delivery platform</i> | 8 |
| Gambar 1.8 <i>SEA Online food delivery GMV 2020</i> | 8 |
| Gambar 1.9 <i>OFDS key players strategies & approaches</i> | 10 |
| Gambar 1.10 <i>OFDS key players service offerings</i> | 10 |
| Gambar 1.11 <i>Snapcart OFDS survey 2021</i> | 11 |
| Gambar 1.12 <i>Pilot Survey Penelitian</i> | 12 |
| Gambar 2.1 <i>Model Penelitian</i> | 35 |
| Gambar 3.1 <i>Logo Shopee Food</i> | 42 |
| Gambar 3.2 <i>Research Design: Classification</i> | 43 |
| Gambar 3.3 <i>Sampling Design Process</i> | 46 |
| Gambar 3.4 <i>SEM Six-Stage Process</i> | 63 |
| Gambar 3.5 <i>Model Keseluruhan Penelitian</i> | 67 |
| Gambar 4.1 <i>Profil Responden Berdasarkan Usia</i> | 68 |
| Gambar 4.2 <i>Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin</i> | 69 |
| Gambar 4.3 <i>Profil Responden Berdasarkan Domisili</i> | 70 |
| Gambar 4.4 <i>Profil Responden Berdasarkan Profesi</i> | 71 |
| Gambar 4.5 <i>Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan OFDS</i> | 72 |
| Gambar 4.6 <i>Uji Outer Model Path Diagram</i> | 91 |
| Gambar 4.7 <i>Uji Inner Model Path Diagram</i> | 98 |

| | |
|--|-----|
| Gambar 4.8 Ilustrasi <i>Game-Based Reward</i> | 113 |
| Gambar 4.9 Penempatan layanan Shopee Food saat ini | 114 |
| Gambar 4.10 Shopee Food <i>Payment Method</i> | 115 |
| Gambar 4.11 Shopee Food <i>Review Feature</i> | 116 |
| Gambar 4.12 Go Food <i>Reviews Feature</i> | 117 |
| Gambar 4.13 Uber Eats <i>Thermal Delivery Bag</i> | 119 |



UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA