

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	3
1.1.3 Logo Perusahaan	3
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Pertanyaan Penelitian.....	10
1.5 Tujuan Penelitian	11
1.6 Kegunaan Penelitian	11
1.7 Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	13
2.1 Tinjauan Pustaka.....	13
2.1.1 Pengertian Jasa.....	13
2.1.2 Karakteristik Jasa	13
2.1.3 Perdagangan Elektronik	15
2.1.4 Kualitas Layanan	16
2.1.5 <i>E-Service Quality</i>	17
2.1.6 <i>E-Customer Satisfaction</i>	21
2.1.7 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan	23
2.1.8 <i>E-Customer Loyalty</i>	24
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.3 Kerangka Pemikiran.....	34

2.4	Hipotesis Penelitian	34
BAB III METODE PENELITIAN		35
3.1	Jenis Penelitian.....	35
3.2	Variabel Operasional	35
3.2.1	Variabel Eksogen	36
3.2.2	Variabel Endogen.....	36
3.2.3	Operasional Variabel	37
3.3	Skala Penelitian.....	38
3.4	Tahapan Penelitian.....	40
3.5	Populasi dan Sampel.....	42
3.5.1	Populasi.....	42
3.5.2	Sampel.....	42
3.6	Teknik Sampling.....	43
3.7	Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.7.1	Data Primer	44
3.7.2	Data Sekunder	44
3.8	Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	44
3.8.1	Analisis Deskriptif	44
3.8.2	<i>Structural Equation Model</i> (SEM).....	46
3.8.3	<i>Partial Least Squares</i> (PLS)	47
3.9	Pengujian Hipotesis	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		49
4.1	Hasil Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	49
4.1.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	50
4.2	Karakteristik Responden.....	54
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	56
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Bulanan	58
4.3	Hasil Analisis Deskriptif.....	59
4.3.1	Analisis Deskriptif Variabel <i>E-Service Quality</i>	59
4.3.2	Analisis Deskriptif Variabel <i>E-Customer Satisfaction</i>	62
4.3.3	Analisis Deskriptif Variabel <i>E-Customer Loyalty</i>	63
4.4	Hasil Penelitian dan Pembahasan	64

4.4.1 <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	64
4.4.2 Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran	70
5.2.1 Bagi Perusahaan.....	70
5.2.2 Bagi Akademisi.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	72
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

TABEL 1.1 10 Situs yang Paling Sering Dikunjungi di Indonesia	6
TABEL 1.2 Member Yang Mengunjungi dan Jumlah Transaksi	11
TABEL 2.1 Karakteristik Jasa dan Implikasi Manajemen	15
TABEL 2.2 Dimensi dan Atribut Model <i>Servqual</i>	19
TABEL 2.3 Skripsi dan Tesis	28
TABEL 2.4 Jurnal Nasional.....	29
TABEL 2.5 Jurnal Internasional.....	31
TABEL 3.1 Variabel Operasional.....	37
TABEL 3.2 Pembobotan Jawaban Kuisisioner	39
TABEL 3.3 Kriteria Interpretasi Indikator	45
TABEL 4.1 Nilai <i>Loading Factor</i> (LF) dari Setiap Item dalam Variabel.....	51
TABEL 4.2 Nilai <i>Loading Factor</i> (LF) dari Setiap Item dalam Variabel.....	52
TABEL 4.3 Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) dari Setiap Variabel.....	52
TABEL 4.4 Korelasi antar Variabel dan Akar Nilai AVE Tiap Variabel	53
TABEL 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	54
TABEL 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
TABEL 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
TABEL 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	56
TABEL 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Bulanan	58
TABEL 4.10 Tanggapan Responden Terhadap <i>E-Service Quality</i>	59
TABEL 4.11 Tanggapan Responden Terhadap <i>E-Customer Satisfaction</i>	62
TABEL 4.12 Tanggapan Responden Terhadap <i>E-Customer Loyalty</i>	63
TABEL 4.13 Nilai <i>R-Square</i>	65
TABEL 4.14 <i>Path Coefficients</i> dan Nilai T_{hitung}	66

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1 Sejarah Perjalanan Lazada.....	2
GAMBAR 1.2 Logo Perusahaan	3
GAMBAR 1.3 Hasil Riset Tingkat Pengetahuan Responden Terhadap Website	5
GAMBAR 1.4 Peringkat Trafik Lazada.co.id	6
GAMBAR 1.5 Keluhan Buyer atas Pelayanan Lazada	7
GAMBAR 1.6 Grafik Keluhan Pelanggan Lazada.co.id.....	7
GAMBAR 2.1 Kerangka Pemikiran	34
GAMBAR 3.1 Tahapan Penelitian	40
GAMBAR 3.2 Garis Kontinum	45
GAMBAR 4.1 <i>Path Diagram Outer Model</i> dengan <i>SmartPLS 2.0</i>	49
GAMBAR 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
GAMBAR 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
GAMBAR 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	57
GAMBAR 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Bulanan.....	58
GAMBAR 4.6 Garis Kontinum <i>E-Service Quality</i>	61
GAMBAR 4.7 Garis Kontinum <i>E-Customer Satisfaction</i>	62
GAMBAR 4.8 Garis Kontinum <i>E-Customer Loyalty</i>	63
GAMBAR 4.9 <i>Path Diagram Inner Model</i> dengan <i>SmartPLS 2.0</i>	65