

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ix</b>
<b>ABSTACT</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1    Gambaran Umum .....	1
1.1.1 Profil Perusahaan Bukalapak .....	1
1.1.2 Sejarah Bukalapak .....	2
1.1.3 Visi dan Misi.....	2
1.1.4 Layanan Bukalapak.....	2
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	5
1.3 Rumusan Masalah .....	16
1.4 Pertanyaan Penelitian .....	17
1.5 Tujuan Penelitian.....	18
1.6 Manfaat Penelitian.....	18
1.6.1 Manfaat Akademis.....	18
1.6.2 Aspek Praktis .....	19
<b>BAB II TINJAU PUSTAKA</b> .....	<b>20</b>
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu .....	20
2.1.1 Pemasaran .....	20
2.1.2 Pemasaran Jasa .....	21
2.1.3 <i>E-Commerce</i> .....	23
2.1.4 Perilaku Konsumen.....	26
2.1.5 <i>Service Quality</i> (Kualitas Layanan).....	26
2.1.6 <i>E-Service Quality</i> .....	27
2.1.7 Kepuasan Pelanggan .....	28
2.1.8 <i>E-Customer Satisfaction</i> .....	29
2.1.9 Loyalitas Pelanggan .....	30

2.1.10 E-Customer Loyalty .....	30
2.1.11 Penelitian Terdahulu .....	31
2.2 Pengembangan Hipotesis.....	39
2.3 Kerangka Pemikiran .....	42
2.4 Hipotesis Penelitian .....	45
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>46</b>
3.1 Karakteristik Penelitian .....	46
3.2 Alat Pengumpulan Data.....	47
3.3 Tahapan Penelitian .....	53
3.4 Populasi dan Sampel.....	55
3.5 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	57
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	59
3.6.1 Uji Validitas .....	59
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	61
3.6.3 Uji Kecocokan Model / Goodnes of Fit.....	62
3.7 Teknik Analisis Data .....	62
3.7.1 Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS) .....	62
3.7.2 Tahap-tahap analisis SEM .....	63
3.7.3 Permodelan Persamaan Pengukuran dan Mode Struktural .....	63
3.8 Permodelan Persamaan Struktural.....	66
3.8.1 Pengujian Hipotesis.....	71
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>72</b>
4.1 Karakteristik Responden .....	72
4.1.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	73
4.1.2 Responden Berdasarkan Usia .....	74
4.1.3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	75
4.1.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	76
4.1.5 Responden Berdasarkan Pendapatan .....	77
4.1.6 Responden Berdasarkan Tujuan Menggunakan Aplikasi Bukalapak .....	78
4.1.7 Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan .....	79
4.2 Hasil Penelitian.....	80
4.2.1 Pembahasan <i>Outer Model</i> .....	80
4.2.3 Pengujian Inner Model SEM-PLS .....	85

4.2.4 Uji Kecocokan Model/ <i>Goodnes of Fit</i> .....	88
4.2.4 Uji Hipotesis .....	89
4.2.5 Pengujian Pengaruh Tidak Langsung .....	92
4.2.6 Uji Determinasi / Analisis Varian ( $R^2$ ) .....	93
4.2.7 Persamaan Struktural .....	94
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian .....	95
4.3.1 Hasil Uji Hipotesis 1: <i>E-Service Quality</i> Terdapat Pengaruh yang Positif dan signifikan terhadap <i>E-Customer Satisfaction</i> .....	96
4.3.2 Hasil Uji Hipotesis 2: Terdapat Pengaruh yang positif dan Signifikan Antara <i>E-Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>E-Customer Loyalty</i> .....	98
4.3.3 Hasil Uji Hipotesis 3: Terdapat Pengaruh yang positif dan Signifikan Antara <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>E-Customer Loyalty</i> .....	98
4.3.4 Hasil Uji Hipotesis 4: Terdapat Pengaruh Tidak Langsung yang Positif dan Signifikan Antara <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>E-Customer Loyalty</i> Melalui <i>E-Customer Satisfaction</i> .....	99
4.3.5 Dimensi <i>E-Service Quality</i> .....	100
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>102</b>
5.1 Kesimpulan.....	102
5.2 Saran .....	103
5.2.1 Saran Praktis .....	103
5.2.2 Saran Teoritis .....	105
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>107</b>