

DAFTAR ISI

ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I.....	15
PENDAHULUAN.....	15
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	15
1.1.1 Profil Perusahaan	15
1.1.2 Logo Perusahaan.....	16
1.1.3 Tampilan Aplikasi Carousell	17
1.1.4 Visi dan Misi Perusahaan	18
1.2 Latar Belakang Penelitian	18
1.3 Perumusan Masalah.....	30
1.4 Pertanyaan Penelitian	31
1.5 Tujuan Penelitian	33
1.6 Manfaat Penelitian	34
1.6.1 Aspek Teoritis.....	34
1.6.2 Aspek Praktis	35
1.7 Sistematika Penulisan	35
BAB II	37
TINJAUAN PUSTAKA	37
2.1 Tinjauan Pustaka	37
2.1.1 Manajemen Operasi	37
2.1.3 Kualitas Layanan	42
2.1.4 Kualitas Layanan Elektronik	43
2.1.5 Kualitas Layanan <i>Mobile</i>	45
2.1.6 Dimensi Kualitas Layanan <i>Mobile</i>	45

2.1.7 <i>M-Commerce</i>	46
2.1.8 Kepuasan Pelanggan	46
2.1.9 Loyalitas Pelanggan	48
2.3 Sintesa Penelitian.....	59
2.3 Kerangka pemikiran	60
2.4 Hipotesis Penelitian	64
BAB III.....	71
METODE PENELITIAN	71
3.1 Jenis Penelitian	71
3.2 Jenis Variabel dan Skala Pengukuran	71
3.2.1 Jenis Variabel.....	71
3.2.2 Skala Pengukuran	72
3.3 Operasional Variabel	73
3.4 Tahapan Penelitian.....	90
3.5 Populasi dan Sampel	93
3.5.1 Populasi.....	93
3.5.2 Sampel	93
3.6 Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	96
3.6.1 Pengumpulan Data.....	96
3.6.2 Sumber Data	97
3.7 Uji Validitas dan Reabilitas.....	97
3.7.1 Uji Validitas.....	97
3.8 Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis	105
3.8.1 Uji Statistik Deskriptif	105
3.8.2 Uji Model Pengukuran atau <i>Outer Model</i>	106
3.8.3 Uji Model Struktural atau <i>Inner Model</i>	107
3.8.4 Pengujian Hipotesis	108
3.8.5 Uji Pengaruh Tidak Langsung	108
3.8.6 Importance and Performance Matrix Analysis (IPMA)	108
BAB IV	111
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	111

4.1 Response Rate	111
4.2 Karakteristik Responden.....	111
4.2.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	112
4.2.2 Karakteristik Berdasarkan Asal Daerah.....	112
4.2.3 Karakteristik Berdasarkan Usia	113
4.2.4 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	114
4.2.5 Karakteristik Berdasarkan Status Pekerjaan	114
4.2.6 Karakteristik Berdasarkan Penghasilan Setiap Bulannya.....	115
4.2.7 Karakteristik Berdasarkan Seberapa Sering Melakukan Pembelian Produk Melalui Aplikasi <i>Mobile Commerce</i> Carousell Setiap Bulannya.....	116
4.3 Hasil Penelitian	116
4.3.1 Hasil Penelitian Deskriptif.....	116
4.3.2 Tanggapan Responden Mengenai Jaminan (<i>Assurance</i>)	116
4.3.3 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Informasi (<i>Information Quality</i>)	117
4.3.4 Tanggapan Responden Mengenai Personalisasi (<i>Personalization</i>).....	119
4.3.5 Tanggapan Responden Mengenai Kendala (<i>Reliability</i>)	119
4.3.6 Tanggapan Responden Mengenai Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)...121	
4.3.7 Tanggapan Responden Mengenai Keamanan (<i>Security</i>).....	122
4.3.8 Tanggapan Responden Mengenai Kegunaan (<i>Usability</i>)	123
4.3.9 Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan (<i>Costumer Satisfaction</i>)	124
4.3.10 Tanggapan Responden Mengenai Niat Loyalitas Pelanggan (<i>Costumer Loyalty Intention</i>).....	125
4.4 Analisis <i>Structural Equation Model Partial Least Square</i> (SEM-PLS) 126	
4.4.1 Uji Normalitas Data	126
4.4.2 Evaluasi <i>outer model</i>	128
4.4.3 Evaluasi <i>Inner Models</i>	139
4.4.4 Uji Hipotesis (<i>bootstrapping</i>)	143
4.4.5 Hasil penelitian dan pembahasan.....	146
4.4.6 Pembahasan Hipotesis	148

4.4.7 Importance and Performance Matrix Analysis (IPMA)	159
BAB V.....	172
KESIMPULAN DAN SARAN	172
5.1 Kesimpulan	172
5.2 Saran.....	174
5.2.1 Aspek Praktis	174
5.2.2 Aspek Teoritis.....	179
DAFTAR PUSTAKA	181
LAMPIRAN.....	191