

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Tampilan Mobile Application Lazada	2
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Perumusan Masalah	11
1.4 Pertanyaan Penelitian	12
1.5 Tujuan Penelitian	14
1.6 Manfaat Penelitian	16
1.6.1 Aspek Teoritis.....	16
1.6.2 Aspek Praktis	16
1.7 Sistematika Penelitian.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	18
2.1 Manajemen Operasi	18
2.2 Kualitas Layanan	18
2.2.1 Kualitas Layanan Elektronik.....	19
2.2.2 Dimensi Kualitas Layanan Elektronik	20
2.3 Niat Loyalitas Pelanggan	21
2.3.1 Hubungan Kualitas Layanan Dengan Niat Loyalitas...21	

2.3.2	Dimensi Niat Loyalitas	21
2.3.3	Kepuasan Pelanggan	22
2.4	M-commerce	22
2.5	Penelitian Terdahulu	24
2.5.1	Sintesa Penelitian.....	38
2.5	Kerangka Pemikiran	38
2.6	Hipotesis Penelitian	40
BAB III METODE PENELITIAN.....		49
3.1	Jenis Penelitian	49
3.2	Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	50
3.2.1	Operasional Variabel	50
3.2.2	Skala Pengukuran	55
3.3	Tahap Penelitian	56
3.4	Populasi dan Sampel.....	59
3.4.1	Populasi	59
3.4.2	Sampel	59
3.5	Teknik Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	62
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	63
3.6.1	Uji Validitas.....	63
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	65
3.7	Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	66
3.7.1	<i>Partial Least Square (PLS)</i>	67
3.7.2	Pengujian Hipotesis	68
3.7.3	<i>Importance and Performance Matrix Analysis (IPMA)</i>	70
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		73
4.1	Analisis Deskriptif.....	73
4.2	Karakteristik Responden	73
4.2.1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	74
4.2.2	Karakteristik Berdasarkan Asal Daerah	74
4.2.3	Karakteristik Berdasarkan Usia	75

4.2.4	Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	75
4.2.5	Karakteristik Berdasarkan Status Pekerjaan.....	76
4.2.6	Karakteristik Berdasarkan Penghasilan Setiap Bulannya	76
4.2.7	Karakteristik Berdasarkan Seberapa Sering Melakukan Pembelian Produk Melalui Aplikasi <i>Mobile Commerce</i> lazada Setiap Bulannya.....	77
4.3	Hasil Penelitian.....	78
4.3.1	Hasil Penelitian Deskriptif.....	78
4.3.2	Tanggapan Responden Mengenai Jaminan (<i>Assurance</i>)	78
4.3.3	Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Informasi (<i>Information Quality</i>)	79
4.3.4	Tanggapan Responden Mengenai Personalisasi (<i>Personalization</i>)	80
4.3.5	Tanggapan Responden Mengenai Kendala (<i>Reliability</i>)	81
4.3.6	Tanggapan Responden Mengenai Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>).....	82
4.3.7	Tanggapan Responden Mengenai Keamanan (<i>Security</i>)	84
4.3.8	Tanggapan Responden Mengenai Kegunaan (<i>Usability</i>)	84
4.3.9	Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan (<i>Customer Satisfaction</i>)	85
4.3.10	Tanggapan Responden Mengenai Niat Loyalitas Pelanggan (<i>Customer Loyalty Intention</i>).....	86
4.4	Analisis <i>Structural Equation Model Partial Least Square</i> (SEM-PLS).....	87
4.4.1	Uji Normalitas Data.....	88
4.4.2	Evaluasi <i>Outer Model</i>	89

4.4.3	Evaluasi <i>Inner Models</i>	96
4.4.4	Uji Hipotesis (<i>Bootstrapping</i>)	99
4.4.5	<i>Importance and Performance Map Analysis</i> (IPMA)	100
4.4.6	Pembahasan Hipotesis	103
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		110
5.1	Kesimpulan.....	110
5.2	Saran.....	111
5.2.1	Saran Praktis	111
5.2.2	Saran Teoritis.....	112
DAFTAR PUSTAKA		113
LAMPIRAN		118