

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	1
1.1.2 Logo Perusahaan.....	3
1.1.3 Nilai Perusahaan	5
1.2 Latar Belakang Penelitian	7
1.3 Perumusan Masalah	21
1.4 Pertanyaan Penelitian	22
1.5 Tujuan Penelitian	24
1.6 Manfaat Penelitian	26
1.6.1 Aspek Teoritis.....	26
1.6.2 Aspek Praktis	26
1.7 Sistematika Penulisan	27

BAB II	28
TINJAUAN PUSTAKA	28
2.1 Tinjauan Pustaka	28
2.1.1 <i>Operation Management</i> (Manajemen Operasi)	28
2.1.2 <i>Quality Management</i> (Manajemen Kualitas).....	32
2.1.3 <i>Service Quality</i> (Kualitas Pelayanan)	34
2.1.4 <i>E-Service Quality</i> (Kualitas Pelayanan Elektronik).....	36
2.1.5 <i>E-Commerce</i>	41
2.1.6 <i>M-Commerce</i>	42
2.1.7 <i>Mobile Service Quality</i> (Kualitas Layanan Seluler)	43
2.1.8 <i>Customer Satisfaction</i> (Kepuasan Pelanggan).....	45
2.1.9 <i>Customer Loyalty</i> (Loyalitas Pelanggan).....	48
2.1.10 <i>Customer Loyalty Intention</i> (Niat Loyalitas Pelanggan)	52
2.2 Hubungan Antar Variabel Terhadap Tinjauan Pustaka	52
2.3 Penelitian Terdahulu.....	54
2.4 Kerangka Pemikiran	67
2.5 Hipotesis Penelitian	72
BAB III.....	80
METODE PENELITIAN	80
3.1 Jenis Penelitian	80
3.2 Jenis Variabel dan Skala Pengukuran	81
3.2.1 Jenis Variabel.....	81
3.2.2 Skala Pengukuran	82
3.3 Operasional Variabel	83
3.4 Tahapan Penelitian.....	87
3.5 Populasi dan Sampel	92
3.5.1 Populasi.....	92

3.5.2 Sampel	92
3.6 Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	96
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	96
3.7.1 Uji Validitas	96
3.7.2 Uji Reliabilitas	99
3.8 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	101
3.8.1 <i>Structural Equation Model</i> (SEM)	101
3.8.2 <i>Partial Least Square</i> (PLS)	101
3.8.3 Uji Hipotesis	104
3.8.4 <i>Importance and Performance Map Analysis</i> (IPMA).....	106
BAB IV	109
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	109
4.1 <i>Response Rate</i>	109
4.2 Karakteristik Responden.....	110
4.2.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	110
4.2.2 Karakteristik Berdasarkan Asal Daerah.....	111
4.2.3 Karakteristik Berdasarkan Usia	112
4.2.4 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	112
4.2.5 Karakteristik Berdasarkan Status Pekerjaan	113
4.2.6 Karakteristik Berdasarkan Penghasilan Setiap Bulannya	114
4.2.7 Karakteristik Berdasarkan Seberapa Sering Melakukan Pembelian Produk Melalui Aplikasi <i>Mobile Commerce</i> Zalora Setiap Bulannya	115
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>)	118
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>Customer Satisfaction</i>)	125
4.3.10	Tanggapan Responden Mengenai Niat Loyalitas Pelanggan (<i>Customer Loyalty Intention</i>).....	126
4.4	Analisis <i>Structural Equation Model Partial Least Square</i> (SEM-PLS).	127
4.4.1	Uji Normalitas Data	127
4.4.2	Evaluasi <i>Outer Model</i>	130
4.4.3	Evaluasi <i>Inner Models</i>	139
4.4.4	Uji Hipotesis (<i>bootstrapping</i>)	143
4.4.5	Hasil Dan Pembahasan	145
4.4.6	Pembahasan Hipotesis	147
4.4.7	<i>Importance and Performance Map Analysis</i> (IPMA).....	158
BAB V	177
KESIMPULAN DAN SARAN	177
5.1	Kesimpulan	177
5.1.2	Kesimpulan Dalam <i>Management</i>	178
5.2	Saran	180
5.2.1	Aspek Praktis	180
5.2.2	Aspek Teoritis	184
DAFTAR PUSTAKA	186
LAMPIRAN	195