

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Sejarah singkat Shopee	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	2
1.3 Perumusan Masalah	10
1.4 Pertanyaan Penelitian	11
1.5 Tujuan Penelitian	12
1.6 Manfaat Penelitian	12
1.6.1 Manfaat Praktis	12
1.6.2 Manfaat Teoritis	13
1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	13
BAB II	15
TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 Pemasaran	15
2.1.2 Pemasaran Jasa.....	15
2.1.4 Perilaku Konsumen	16

2.1.5	Kualitas Layanan Elektronik (<i>E-service quality</i>).....	17
2.1	Penelitian Terdahulu	21
2.2	Kerangka Pemikiran.....	36
2.3.1	Hubungan antara E-service Quality dan E-loyalty.....	39
2.3.2	Hubungan antara E-satisfaction dan E-loyalty.....	39
2.3.3	Hubungan antara E-service Quality terhadap E-satisfaction dan E-loyalty Pelanggan.....	40
2.4	Hipotesis Penelitian.....	40
2.5	Hipotesis Building.....	41
BAB III	47
METODE PENELITIAN	47
3.1	Jenis Penelitian.....	47
3.2	Variabel Operasional dan Skala Pengukuran.....	47
3.1.1	Variabel Operasional.....	47
3.1.2	Skala Pengukuran.....	50
3.3	Tahapan Penelitian	51
3.4	Populasi dan Sampel	54
3.4.1	Populasi.....	54
3.4.2	Sampel.....	54
3.4.3	Jenis Data	55
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas	56
3.5.1	Uji Validitas	56
3.5.1	Uji Reliabilitas	60
3.6	Teknik Analisis Data.....	60
3.6.1	Analisis Multivariate.....	60
3.6.2	Model Analisis Data <i>Partial Least Square (PLS)</i>	61
3.6.3	Structural Equation Modeling (SEM)	62
3.6.4	Uji Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>).....	62
3.6.5	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	64
3.6.6	Pengujian Hipotesis.....	64
3.6.7	Importance Performance Analysis (IPMA)	65
BAB IV	67
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	67

4.1	Karakteristik Responden	67
4.1.1	Screening Question	67
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	68
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	69
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	70
4.1.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Penggunaan Shopee	71
4.1.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Status	72
4.1.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan	73
4.1.9	Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa banyak Aplikasi <i>Market Place</i> yang Dipunya.....	74
4.1.10	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi berbelanja menggunakan Aplikasi Shopee	75
4.2	Hasil Penelitian	76
4.2.1	Uji Normalitas	76
4.2.2	Hasil Uji Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>).....	77
4.2.3	Hasil Uji Pengukuran Struktural (<i>Inner Model</i>)	85
4.2.4	Uji Hipotesis	93
4.3	IPMA.....	99
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian	101
4.4.1	Pengaruh <i>Site Organization</i> terhadap <i>E-Customer Satisfaction</i> .	102
4.4.2	Pengaruh <i>Responsiveness</i> terhadap <i>E-Customer Satisfaction</i>	102
4.4.3	Pengaruh <i>Reliability</i> terhadap <i>E-Customer Satisfaction</i>	102
4.4.4	Pengaruh <i>User Friendliness</i> terhadap <i>E-Customer Satisfaction</i> .	103
4.4.5	Pengaruh <i>Personal Need</i> terhadap <i>E-Customer Satisfaction</i>	103
4.4.6	Pengaruh Efficiency terhadap <i>E-Customer Satisfaction</i>	103
4.4.7	Pengaruh <i>E-Customer Satisfaction</i> terhadap <i>E-Customer Loyalty</i> 104	
4.4.8	Pengaruh <i>E-Customer Satisfaction</i> dalam memediasi <i>Site</i> <i>Organization</i> terhadap <i>E-Customer Loyalty</i>	104
4.4.9	Pengaruh <i>E-Customer Satisfaction</i> dalam memediasi <i>Responsiveness</i> terhadap <i>E-Customer Loyalty</i>	105
4.4.10	Pengaruh <i>E-Customer Satisfaction</i> dalam memediasi <i>Reliability</i> terhadap <i>E-Customer Loyalty</i>	106

4.4.11	Pengaruh <i>E-Customer Satisfaction</i> dalam memediasi <i>User Friendliness</i> terhadap <i>E-Customer Loyalty</i>	106
4.4.12	Pengaruh <i>E-Customer Satisfaction</i> dalam memediasi <i>Personal Need</i> terhadap <i>E-Customer Loyalty</i>	107
4.4.13	Pengaruh <i>E-Customer Satisfaction</i> dalam memediasi <i>Efficiency</i> terhadap <i>E-Customer Loyalty</i>	108
BAB V	110
KESIMPULAN DAN SARAN	110
5.1	Kesimpulan	110
5.2	Saran.....	113
5.2.1	Keterbatasan Penelitian	113
5.2.2	Saran Praktis	114
5.2.3	Saran Teoriitis	115
DAFTAR PUSTAKA	118
LAMPIRAN	125
	Lampiran 1 Lembar Kuesioner	125
	Lampiran 2 Uji Validitas SPSS.....	128
	Lampiran 3 Uji Reabilitas SPSS	128
	Lampiran 4 Uji Normalitas di SPSS	129
	Lampiran 5 Keluhan pelanggan aplikasi Shopee pada <i>Apps Store</i>	130
	Lampiran 6 Hasil Uji Outer Loadings.....	131
	Lampiran 7 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE)	131
	Lampiran 8 Hasil Uji Cross Loadings.....	132
	Lampiran 9 Hasil Uji Fornell Lacker Criterion	132
	Lampiran 10 Hasil Uji Heterotrait – Monotrait Ratio (HTMT).....	133
	Lampiran 11 Hasil Uji Reliabilitas Smart PLS	133
	Lampiran 12 Hasil Variance Infation Factor (VIF)	134
	Lampiran 13 Hasil Uji R-Square.....	135
	Lampiran 14 Hasil Uji Q-Square	135
	Lampiran 15 Hasil Uji F-Square	136
	Lampiran 16 Hasil Uji Bootstrapping (One Tailed)	136
	Lampiran 17 Hasil Uji IPMA.....	136