

DAFTAR ISI

HALAMAN Sampul	i
HALAMAN Judul.....	ii
HALAMAN Pengesahan.....	iii
HALAMAN Pernyataan	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel.....	x
Daftar Grafik.....	x
Daftar Gambar	xi
Daftar Persamaan	xi
Abstrak	xii
Abstract	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	4
1.3 Perumusan Masalah	10
1.4 Pertanyaan Penelitian	11
1.5 Tujuan Penelitian	11
1.6 Kegunaan Penelitian	12
1.7 Ruang Lingkup Penelitian.....	13
1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN.....	15
2.1 Teori-Teori Terkait Penelitian dan Penelitian Terdahulu	15
2.1.1 Marketing	15

2.1.2 Consumer Behavior.....	15
2.1.3 E-Commerce	16
2.1.4 Marketplace.....	19
2.1.5 Loyalitas Pelanggan	19
2.1.6 Kualitas Transaksional (Transactional Quality)	21
2.1.7 Kualitas Hubungan (Relational Quality).....	23
2.1.8 Penelitian Terdahulu	25
2.2 Kerangka Pemikiran.....	35
2.3 Hipotesis Penelitian.....	37
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Karakteristik Penelitian.....	39
3.2 Alat Pengukuran Data	43
3.2.1 Operasionalisasi variabel	44
3.2.2 Skala.....	48
3.3 Tahapan Penelitian	48
3.4 Populasi dan Sampel	49
3.4.1 Populasi.....	49
3.4.2 Sampel.....	50
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data	52
3.6 Validitas dan Reliabilitas	52
3.6.1 Face Validity atau Logical Validity	52
3.6.2 Desain Kuisisioner.....	53
3.6.3 Readability Test.....	54
3.6.4 Uji Validitas	55
3.6.5 Uji Reliabilitas	57

3.7 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	58
3.7.1 Statistik Deskriptif	58
3.7.2 Model Persamaan Struktural	60
3.7.2 Pengujian Hipotesis	64
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	70
4.1 Karakteristik Penelitian	70
4.2 Hasil Penelitian	72
4.2.1 Hasil Analisis Deskriptif	73
4.2.2 Pengujian Model Pengukuran (Outer Model)	80
4.2.3 Path Diagram Hasil Penelitian	83
4.2.4 Uji R-square	84
4.2.5 Uji T-value	85
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	87
4.3.1 Perceived Value	87
4.3.2 Perceived Enjoyment	88
4.3.3 Customer Satisfaction	89
4.3.4 Trust	91
4.3.5 Customer Commitment	92
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	93
5.1 Kesimpulan	93
5.2 Saran	94
5.2.1 Saran Bagi Pelaku Usaha	94
5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya	95
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	104