

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERSETUJUAN AKADEMIS.....	vii
ABSTRAK .....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL .....	xv
BAB 1 .....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil JD.ID.....	1
1.1.2 Visi dan Misi .....	2
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	2
1.3 Perumusan Masalah .....	10
1.4 Pertanyaan Penelitian.....	10
1.5 Tujuan Penelitian .....	11
1.6 Manfaat Penelitian .....	12
1.6.1 Aspek Teoritis.....	12
1.6.2 Aspek Praktisi.....	12
1.7 Ruang Lingkup Penelitian.....	12
1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir .....	13
BAB II .....	15
TINJAUAN PUSTAKA .....	15
2.1. Teori-Teori Terkait Penelitian dan Penelitian Terdahulu .....	15
2.1.1 Jasa .....	15

2.1.2 Internet .....	16
2.1.3 E-Commerce .....	17
2.1.4 Website .....	18
2.1.5 Website Quality (Kualitas Website) .....	19
2.1.6 Teknik Pengukuran Kualitas Website .....	20
2.1.6.1 System Quality (Kualita Sistem) .....	20
2.1.6.2 Information Quality (Kualitas Informasi) .....	21
2.1.6.3 E-Service Quality (Kualitas Layanan Elektronik) .....	22
2.1.7 The Perceived Value of the Consumer Relationship (Nilai yang Dirasakan dari Hubungan Konsumen) .....	23
2.1.8 Online Loyalty (Loyalitas Online) .....	24
2.2. Penelitian Terdahulu .....	24
2.2.1 Jurnal Nasional .....	25
2.2.2 Jurnal Internasional .....	29
2.3. Kerangka Pemikiran .....	35
2.4. Hipotesis Penelitian .....	36
<b>BAB III</b> .....	37
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	37
3.1 Karakteristik Penelitian .....	37
3.2 Alat Pengumpulan Data .....	38
3.2.1 Variabel Operasional .....	38
3.2.2 Skala Pengukuran .....	53
3.3 Tahapan Penelitian .....	53
3.4 Populasi dan Sampel .....	55
3.4.1 Populasi .....	55
3.4.2 Sampel .....	55
3.4.3 Teknik Sampling .....	56
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data .....	57
3.5.1 Sumber Primer .....	57
3.5.2 Sumber Sekunder .....	57

<b>3.6 Validitas dan Reabilitas</b> .....	57
<b>3.6.1 Uji Validitas</b> .....	57
<b>3.6.2 Uji Reabilitas</b> .....	61
<b>3.7 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis</b> .....	63
<b>3.7.1 Analisis Deskriptif</b> .....	63
<b>3.7.2 Structural Equation Model (SEM)</b> .....	64
<b>3.7.3 PLS (Partial Least Square)</b> .....	65
<b>3.7.3.1 Model Pengukuran (Measurement Model)</b> .....	66
<b>3.7.3.2 Model Struktural (Structural Model)</b> .....	67
<b>BAB IV</b> .....	69
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	69
<b>4.1 Karakteristik Responden (Sampel)</b> .....	69
<b>4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin</b> .....	69
<b>4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili</b> .....	70
<b>4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia</b> .....	71
<b>4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Uang yang Dikeluarkan dalam Satu Kali Transaksi Belanja Online</b> .....	72
<b>4.2 Hasil Penelitian</b> .....	73
<b>4.2.1 Analisis Deskriptif</b> .....	73
<b>4.2.1.1 Tanggapan Responden Mengenai Variabel System Quality</b> .....	73
<b>4.2.1.2 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Information Quality</b> .....	75
<b>4.2.1.3 Tanggapan Responden Mengenai Variabel E-Service Quality</b> .....	76
<b>4.2.1.4 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Perceived Value of the Consumer Relationship</b> .....	79
<b>4.2.1.5 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Online Loyalty</b> .....	81
<b>4.2.2 Analisis PLS</b> .....	82
<b>4.2.2.1 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)</b> .....	82
<b>4.2.2.2 Evaluasi Model Struktural (Inner Model)</b> .....	88

<b>4.3 Pembahasan Hasil Penelitian</b> .....	95
<b>4.3.1 Kualitas Sistem Pada <i>Website</i> JD.ID</b> .....	95
<b>4.3.2 Kualitas Informasi Pada <i>Website</i> JD.ID</b> .....	95
<b>4.3.3 Kualitas Layanan Elektronik Pada <i>Website</i> JD.ID</b> .....	96
<b>4.3.5 Nilai yang Dirasakan dari Hubungan Konsumen Pada <i>Website</i> JD.ID</b> .....	96
<b>4.3.6 Loyalitas <i>Online</i> Pada <i>Website</i> JD.ID</b> .....	96
<b>4.3.7 Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan Elektronik terhadap Nilai yang Dirasakan dari Hubungan Konsumen Pada <i>Website</i> JD.ID</b> .....	97
<b>4.3.8 Pengaruh Nilai yang Dirasakan dari Hubungan Konsumen terhadap Loyalitas <i>Online</i> Pada <i>Website</i> JD.ID</b> .....	97
<b>BAB V</b> .....	99
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	99
<b>5.1 Kesimpulan</b> .....	99
<b>5.2 Saran</b> .....	100
<b>5.2.1 Aspek Praktisi</b> .....	100
<b>5.2.2 Aspek Teoritis</b> .....	100
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	102
<b>LAMPIRAN</b> .....	