

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Logo Perusahaan	1
1.1.2 Visi dan misi	1
1.1.3 Lokasi Perusahaan, Nama Perusahaan, dan Jenis Usaha	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	4
1.3 Perumusan Masalah	17
1.4 Pertanyaan Penelitian	18
1.5 Tujuan Penelitian	20
1.6 Manfaat Penelitian	21
1.6.1 Manfaat Akademis	22
1.6.2 Manfaat Praktis	22
1.7 Ruang Lingkup Penelitian	22
1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	23
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	24
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	24

2.1.1 Pemasaran Relasional.....	24
2.1.2 Kualitas Layanan (<i>Service Quality</i>)	25
2.1.3 Kualitas Layanan Elektronik (<i>E-Service Quality</i>).....	27
2.1.4 Kepercayaan Elektronik (<i>E-Trust</i>)	29
2.1.5 Kepuasan Elektronik (<i>E-Satisfaction</i>).....	30
2.1.6 Loyalitas Pengguna Elektronik (<i>E-User Loyalty</i>)	31
2.2 Penelitian Terdahulu	33
2.3 Kerangka Pemikiran	37
2.4 Hipotesis.....	38
BAB III METODE PENELITIAN	46
3.1 Karakteristik Penelitian	46
3.2 Alat Pengumpulan Data	47
3.2.1 Variabel Operasional.....	47
3.2.2 Skala Pengukuran Data	51
3.3 Tahapan Pelaksanaan Penelitian	52
3.4 Populasi dan Sampel	54
3.4.1 Populasi	54
3.4.2 Sampel.....	55
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	56
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	57
3.6.1 Uji Validitas	57
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	58
3.6.3 Kecocokan Model (<i>Goodness of Fit</i>)	58
3.7 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	61

3.7.1	Pemodelan Persamaan Struktural.....	64
3.7.2	Asumsi-asumsi yang diperlukan LISREL.....	67
3.7.3	Uji Hipotesis.....	68
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		69
4.1	Karakteristik Responden	69
4.1.1	Responden berdasarkan Screening Question	69
4.1.2	Responden berdasarkan Jenis Kelamin	70
4.1.3	Responden berdasarkan Usia	71
4.1.4	Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	72
4.1.5	Responden berdasarkan Pekerjaan	73
4.1.6	Responden berdasarkan Pendapatan	74
4.1.7	Responden berdasarkan Lamanya Menggunakan Aplikasi Shopee	75
4.2	Hasil Penelitian	76
4.2.1	Uji Valid dan Uji Reliabilitas.....	76
4.2.2	Penilaian Kecocokan Model (<i>Goodness of Fit</i>)	78
4.2.3	Uji Hipotesis.....	80
4.2.4	Perhitungan Efek Total	84
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian	85
4.3.1	<i>Ease of Use</i> terhadap <i>E-trust</i>	85
4.3.2	<i>Mobile Application Design</i> terhadap <i>E-trust</i>	85
4.3.3	<i>Responsiveness</i> terhadap <i>E-trust</i>	86
4.3.4	<i>Personalization</i> atau <i>Customization</i> terhadap <i>E-trust</i>	87
4.3.5	<i>Ease of Use</i> terhadap <i>E-satisfaction</i>	87

4.3.6 <i>Mobile Application Design</i> terhadap <i>E-satisfaction</i>	88
4.3.7 <i>Responsiveness</i> terhadap <i>E-satisfaction</i>	88
4.3.8 <i>Personalization</i> atau <i>Customization</i> terhadap <i>E-satisfaction</i>	89
4.3.9 <i>Ease of Use</i> terhadap <i>E-user Loyalty</i>	90
4.3.10 <i>Mobile Application Design</i> terhadap <i>E-user Loyalty</i>	90
4.3.11 <i>Responsiveness</i> terhadap <i>E-user Loyalty</i>	91
4.3.12 <i>Personalization</i> atau <i>Customization</i> terhadap <i>E-user Loyalty</i>	91
4.3.13 <i>E-trust</i> terhadap <i>E-user Loyalty</i>	92
4.3.14 <i>E-satisfaction</i> terhadap <i>E-user Loyalty</i>	93
4.3.15 Variabel Intervening <i>E-trust</i> dan <i>E-satisfaction</i> antara tiap-tiap dimensi <i>E-service Quality</i> terhadap <i>E-user Loyalty</i>	93
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	96
5.1 Kesimpulan.....	96
5.2 Saran.....	99
5.2.1 Saran Praktis	99
5.2.2 Saran Teoritis	100
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN 1 HASIL KARAKTERISTIK RESPONDEN	111
LAMPIRAN 2 KUESIONER PENELITIAN	113
LAMPIRAN 3 HASIL PENGAMBILAN DATA	120
LAMPIRAN 4 DATA SIMPLIS	132
LAMPIRAN 5 T-VALUES ANTAR VARIABLES PADA LISREL 8.8	134
LAMPIRAN 6 KOEFISIEN REGRESI PADA LISREL 8.8	135

LAMPIRAN 7 <i>TOTAL AND INDIRECT EFFECT</i> PADA LISREL 8.8.....	136
LAMPIRAN 8 <i>GOODNESS OF FIT</i> (MODEL STRUKTURAL) PADA LISREL 8.8.....	137
LAMPIRAN 9 Matriks Korelasi.....	138
LAMPIRAN 10 Persamaan Struktural	140