

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas karunia dan anugerah-Nya dalam membimbing dan menuntun penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

Tugas akhir ini, dengan judul “**KONSEKUENSI *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *E-LOYALTY* PADA PENGGUNA LAZADA**” ditujukan untuk memenuhi persyaratan akademik dalam mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu Universitas Pelita Harapan, Lippo Karawaci, Tangerang.

Penulis sadar bahwa tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan tepat sesuai dengan waktu yang ditentukan berkat dukungan, bimbingan, dan doa yang diberikan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini, yakni:

1. Ibu Gracia Shinta S. Ugut, MBA., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan.
2. Ibu Isana S.C. Meranga, S.P., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen.
3. Ibu Isana S.C. Meranga, S.P., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan untuk meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan petunjuk bimbingan dan pengarahan yang sangat bermanfaat kepada penulis dalam penyusunan tugas akhir ini.

4. Seluruh Dosen dan Staf pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan yang telah memberikan bekal ilmu selama perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan.
5. Seluruh Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan yang telah membantu penulis dalam kegiatan administratif.
6. Staf Karyawan Perpustakaan Universitas Pelita Harapan yang telah membantu penulis hingga lulus kuliah.
7. Kepada seluruh responden yang telah membantu untuk melakukan pengumpulan data untuk kelengkapan dari tugas akhir ini.
8. Seluruh Anggota Keluarga yang telah banyak memberikan dukungan moril maupun materil, perhatian dan kasih sayang, semangat dan doa yang selalu menyertai dalam penyusunan tugas akhir ini.
9. Kepada sahabat seperjuangan tugas akhir Elisa dan Indra Gunawan yang selalu mendampingi dan memberikan bantuan serta dukungan selama penulisan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih terdapat kekurangan dan kesalahan. Segala kritik dan saran yang dapat membantu membangun tugas akhir ini akan sangat dihargai oleh penulis. Penulis berharap agar tugas akhir ini dapat menjadi bahan referensi dan acuan untuk penelitian selanjutnya,

Karawaci, 11 Desember 2020

Yos Rodolfo

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR

PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR

ABSTRAKv

KATA PENGANTAR.....vi

DAFTAR ISI..... viii

DAFTAR GAMBAR.....xi

DAFTAR TABEL xii

DAFTAR LAMPIRANxiv

BAB I PENDAHULUAN.....1

1.1. Latar Belakang1

1.2. Rumusan Masalah14

1.3. Tujuan Penelitian14

1.4. Manfaat Penelitian15

1.4.1. Manfaat Teoritis.....15

1.4.2. Manfaat Praktis15

1.5. Sistematika Penulisan15

BAB II TINJAUAN PUSTAKA17

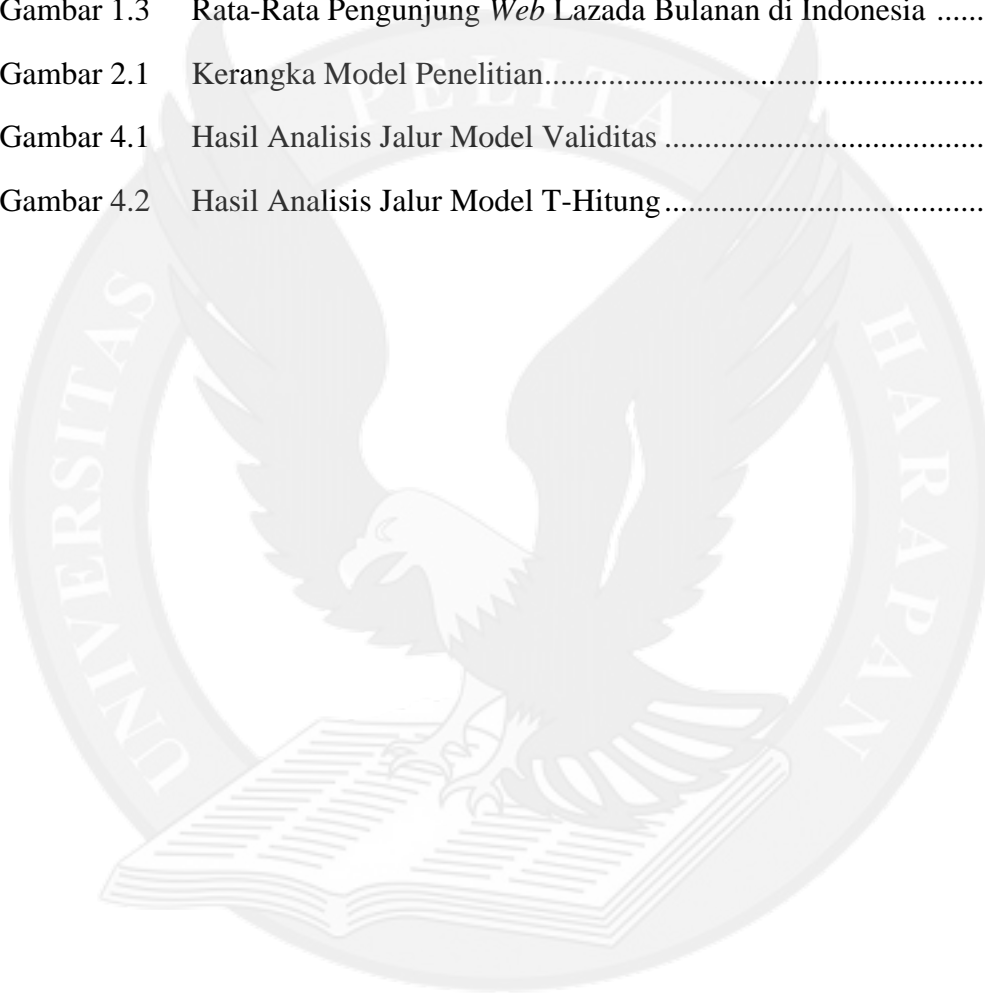
2.1. Marketing (Pemasaran)17

2.2. Consumer Behaviour (Perilaku Konsumen)	18
2.3. Technology Acceptance Model (TAM)	22
2.4. Kualitas Layanan	24
2.4.1. Kualitas Pelayanan Elektronik (<i>E-Service Quality</i>)	27
2.5. Kualitas Pelayanan Elektronik Secara Keseluruhan (<i>Overall E-Service Quality</i>)	32
2.6. Kepuasan Pelanggan	34
2.6.1. Kepuasan Pelanggan Elektronik (<i>E-Satisfaction</i>)	36
2.7. Loyalitas Pelanggan Elektronik (<i>E-Loyalty</i>)	37
2.8. Penelitian Sebelumnya	39
2.9. Hubungan Antar Variabel	43
2.9.1. Hubungan antara <i>E-Service Quality</i> dengan <i>Overall E-Service Quality</i>	43
2.9.2. Hubungan antara <i>E-Service Quality</i> dengan <i>E-Satisfaction</i>	44
2.9.3. Hubungan antara <i>Overall E-Service Quality</i> dengan <i>E-Satisfaction</i>	45
2.9.4. Hubungan antara <i>Overall E-Service Quality</i> dengan <i>E-Loyalty</i>	46
2.9.5. Hubungan antara <i>E-Satisfaction</i> dengan <i>E-Loyalty</i>	47
2.10. Model Penelitian	49
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	50
3.1. Paradigma Penelitian	50
3.2. Desain Penelitian	51
3.3. Objek dan Subjek Penelitian	53
3.4. Populasi dan Sampel	53
3.4.1. Teknik <i>Sampling</i>	54
3.4.2. Menentukan Jumlah Sampel	55
3.5. Unit Analisis	55
3.6. Pengukuran Variabel	56
3.6.1. Definisi Konseptual dan Definisi Operasional	57
3.6.2. Skala Pengukuran	60

3.7. Teknik Pengumpulan Data.....	62
3.8. Teknik Analisis Data.....	63
3.8.1. Uji Validitas	63
3.8.2. Uji Reliabilitas	64
3.8.3. Statistik Deskriptif	64
3.8.4. Statistik Inferensial	65
3.8.5. Evaluasi Model Struktural	65
3.8.6. <i>Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM)</i>	66
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	68
4.1. Hasil Uji Studi Pendahuluan	68
4.1.1. Hasil Uji Validitas Studi Pendahuluan	68
4.1.2. Hasil Uji Reliabilitas Studi Pendahuluan	71
4.2. Hasil Uji Studi Aktual.....	71
4.2.1. Profil Responden.....	72
4.2.2. Statistik Deskriptif	75
4.2.3. Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	77
4.2.4. Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	81
4.2.5. Pembahasan.....	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	91
5.1. Kesimpulan	91
5.2. Implikasi Teoritis	92
5.3. Implikasi Manajerial	93
5.4. Keterbatasan Penelitian.....	94
5.5. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	95
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Persentase Pertumbuhan <i>E-commerce</i> di Dunia Tahun 2018	2
Gambar 1.2	Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia dari Tahun 2015-2025	4
Gambar 1.3	Rata-Rata Pengunjung <i>Web</i> Lazada Bulanan di Indonesia	8
Gambar 2.1	Kerangka Model Penelitian.....	49
Gambar 4.1	Hasil Analisis Jalur Model Validitas	77
Gambar 4.2	Hasil Analisis Jalur Model T-Hitung	81



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Index Merek <i>Platform E-commerce</i> di Indonesia Tahun 2015-2019	5
Tabel 1.2	Peringkat Aplikasi <i>E-commerce</i> di AppStore dan <i>PlayStore</i>	6
Tabel 1.3	Peringkat Kunjungan <i>Website E-commerce</i> di Indonesia	7
Tabel 1.4	Data Keluhan Pelanggan Lazada	9
Tabel 2.1	Penelitian Sebelumnya	39
Tabel 3.1	Definisi Konseptual dan Definisi Operasional	57
Tabel 3.2	<i>Rule of Thumb</i> Evaluasi Model Pengukuran	63
Tabel 3.3	<i>Rule of Thumb</i> Evaluasi Model Pengukuran	64
Tabel 4.1	Uji Validitas <i>Outer Loading</i>	68
Tabel 4.2	Uji Validitas Nilai AVE	69
Tabel 4.3	Uji Validitas <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	69
Tabel 4.4	Uji Validitas <i>Cross Loading</i>	70
Tabel 4.5	Uji Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	71
Tabel 4.6	Profil Responden Kategori Jenis Kelamin	72
Tabel 4.7	Profil Responden Kategori Usia	72
Tabel 4.8	Profil Responden Kategori Pekerjaan Saat Ini	72
Tabel 4.9	Profil Responden Kategori Tingkat Pendapatan	73
Tabel 4.10	Profil Responden Kategori Transaksi Terakhir di Lazada	73
Tabel 4.11	Profil Responden Kategori Frekuensi Transaksi	74
Tabel 4.12	Hasil Uji Statistik Deskriptif Studi Aktual	75
Tabel 4.13	Hasil Uji Validitas Studi Aktual (<i>Outer Loading</i>)	78
Tabel 4.14	Hasil Uji Validitas Konvergen Studi Aktual (AVE)	78
Tabel 4.15	Hasil Uji Validitas Diskriminan Studi Aktual (<i>Fornell-Larcker</i>)	79
Tabel 4.16	Hasil Uji Validitas Diskriminan Studi Aktual (<i>Cross Loading</i>)	79
Tabel 4.17	Hasil Uji Reliabilitas Penelitian Aktual	80

Tabel 4.18	Nilai <i>R-Square</i>	82
Tabel 4.19	Hasil Uji Hipotesis	82



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner

Lampiran II Hasil Olah Data Pretest

Lampiran III Hasil Olah Data Studi Aktual

