

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala berkat dan hikmat yang telah diberikan, sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan. Tugas Akhir dengan judul “PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *E-LOYALTY* TOKOPEDIA DENGAN *E-SATISFACTION* SEBAGA VARIABEL MEDIASI DAN *WEBSITE FAMILIARITY* SEBAGAI VARIABEL MODERASI” ini ditunjukkan untuk memenuhi Sebagian persyaratan akademik untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Strata Satu Universitas Pelita Harapan, Tangerang.

Peneliti menyadari bahwa tanpa bimbingan, bantuan, pengajaran dan tuntunan dari berbagai pihak, Tugas Akhir ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang membantu dalam proses pengerjaan Tugas Akhir ini, yaitu kepada :

- 1) Ibu Dra. Gracia Shinta S. Ugut, MBA., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
- 2) Ibu Ir. Isana S. Ch. Meranga, S.P., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen.
- 3) Bapak Danet Arya Patria, S.E., MBA., selaku Dosen Pembimbing yang telah menuntun dan memberi banyak masukan kepada peneliti.
- 4) Bapak Dr. Innocentius Bernarto, S.T., M.M., M.Si., selaku Dosen yang membimbing dalam pengolahan data SmartPLS yang sangat membantu dalam proses pembuatan Tugas Akhir.

- 5) Bapa Rinto Rain Barry, S.T., M.M., selaku dosen pembimbing akademik saya yang tiada hentinya membantu saya saat sedang mengalami kesulitan dalam kehidupan perkuliahan saya.
- 6) Semua dosen yang telah mengajar peneliti selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan.
- 7) Staf Karyawan Fakultas Ekonomi yang telah membantu dalam kegiatan administrative.
- 8) Staf Karyawan perpustakaan yang telah membantu peneliti hingga lulus kuliah.
- 9) Ibu dan Ayah yang sangat saya cintai. Terima kasih telah mendukung dan memfasilitasi peneliti dengan berbagai hal sehingga peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
- 10) Andrea Chrysanti Hadisurja selaku teman kerja yang mendukung, memberi masukan, dan menyemangati peneliti sehingga mampu untuk mengerjakan Tugas Akhir secara maksimal.
- 11) Semua pihak yang Namanya tidak dapat peneliti sebut satu per satu.

Akhir kata, peneliti menyadari bahwa penelitian ini jauh dari kata sempurna, dan masih banyak kekurangan, masih banyak sekali ruang yang dapat dikembangkan dari penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti sangat terbuka terhadap kritik dan saran dari pembaca yang bermanfaat bagi peneliti. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

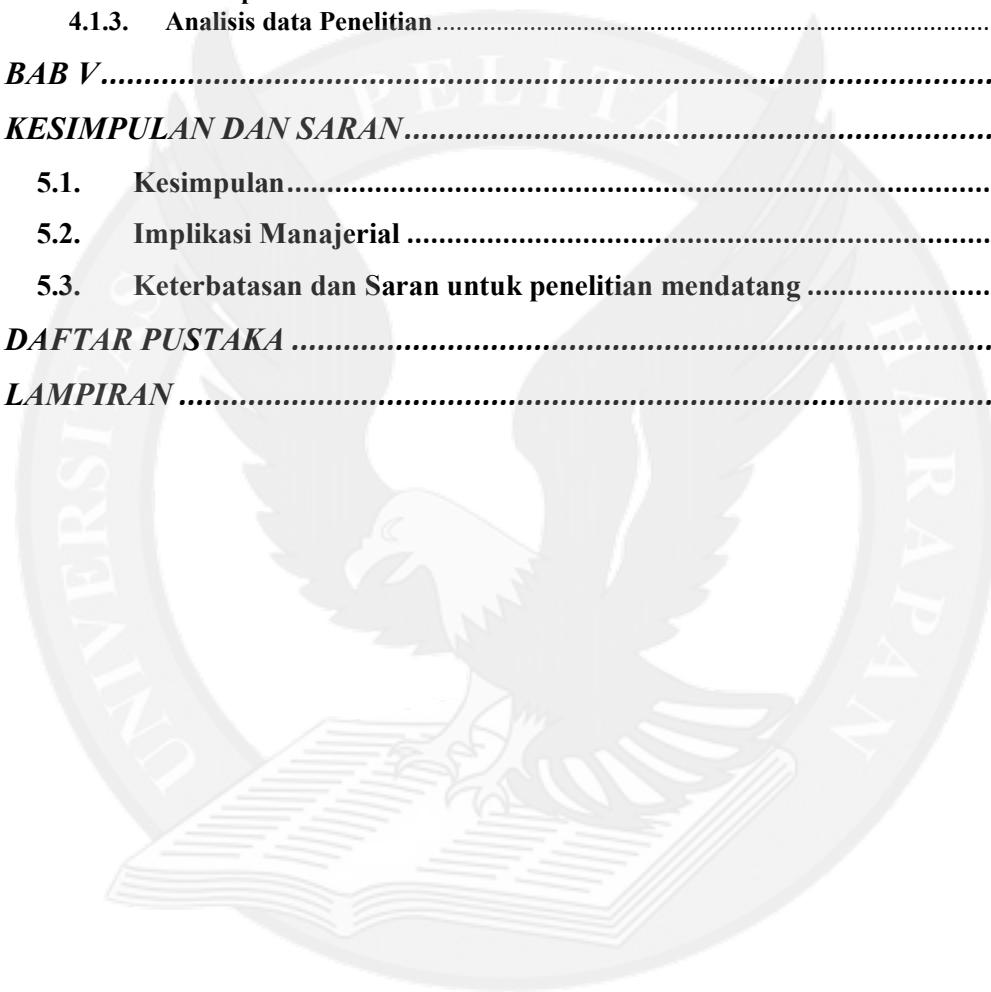
Tangerang, November 2020

Andrew Christanto

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b><i>i</i></b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b><i>ii</i></b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b><i>vi</i></b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b><i>vii</i></b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar belakang masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	8
1.3. Tujuan Penelitian .....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
1.5. Sistematika Penulisan .....	11
<b>BAB II</b> .....	<b>12</b>
<b>LANDASAN TEORI</b> .....	<b>12</b>
2.1. E - Commerce .....	12
2.2. Penjelasan Variabel .....	14
2.2.1 <i>E-Service Quality</i> .....	14
2.2.2 <i>E-Satisfaction</i> .....	17
2.2.3 <i>E- Loyalty</i> .....	18
2.2.4 <i>Website Familiarity</i> .....	19
2.3. Pengajuan Hipotesis.....	20
2.3.1 Hubungan <i>E-Service Quality</i> dan <i>E-satisfaction</i> .....	20
2.3.2 Hubungan <i>E-Satisfaction</i> dan <i>E-Loyalty</i> .....	21
2.3.3 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> dan <i>E-Loyalty</i> .....	22
2.3.4 Peran Mediasi dari <i>E-Satisfaction</i> .....	23
2.3.5 <i>Website Familiarity</i> sebagai Variabel Moderasi.....	24
2.4. Model Penelitian .....	25
<b>BAB III</b> .....	<b>26</b>
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>26</b>
3.1. Objek penelitian.....	26
3.2. Unit Analisis .....	26
3.3. Tipe penelitian .....	27
3.3.1. Exploratory .....	27
3.3.2. Deskriptif.....	27
3.3.3. Kausal .....	28
3.4. Operasionalisasi Variabel penelitian.....	29
3.5. Populalasi dan Sampel .....	36
3.6.1. Penentuan jumlah sampel.....	37
3.6.2. Metode penarikan sampel.....	37

3.6	Metode pengumpulan data.....	40
3.7	Pengujian instrument penelitian .....	41
3.7.1.	Uji Validitas .....	41
3.7.2.	Uji Reabilitas.....	42
3.8	Metode Analisis Data .....	43
3.9	Reliabilitas dan Validitas .....	44
<b>BAB IV .....</b>		<b>48</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>48</b>
4.1	Hasil Penelitian .....	48
4.1.1.	Profil responden.....	49
4.1.2.	Deskripsi Konstruk Penelitian .....	51
4.1.3.	Analisis data Penelitian .....	57
<b>BAB V.....</b>		<b>69</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>69</b>
5.1.	Kesimpulan.....	69
5.2.	Implikasi Manajerial .....	69
5.3.	Keterbatasan dan Saran untuk penelitian mendatang .....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>72</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>84</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian.....	25
----------------------------------	----



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung <i>E-commerce</i> di Indonesia 2019.....	5
Tabel 1.2 Jumlah Pengunjung <i>E-commerce</i> di Indonesia 2020.....	6
Tabel 3.1 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional.....	29
Tabel 3.2 Hasil Outer Loading.....	45
Tabel 3.3 Hasil uji <i>Construct Validity</i> dan <i>reliability</i> dimensi <i>E-service quality</i> ...	46
Tabel 3.4 hasil uji <i>construct validity</i> dan <i>reliability</i> .....	46
Table 3.5 hasil uji discriminant validity.....	47
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	49
Tabel 4.2 Usia Responden.....	49
Tabel 4.3 Pendapatan per Bulan Responden.....	50
Tabel 4.4 Frekuensi pembelian Perbulan Responden.....	50
Tabel 4.5 Penentuan skala likert.....	51
Tabel 4.6 Konstruk <i>E-service quality</i> .....	52
Tabel 4.7 Konstruk <i>E-satisfaction</i> .....	53
Tabel 4.8 Konstruk <i>E-loyalty</i> .....	55
Tabel 4.9 Konstruk Website Familiarity.....	56
Tabel 4.10 <i>Internal Consistency (Composite Reliability dan Average Variance Extracted (AVE)) dimensi e-service quality</i> .....	58
Tabel 4.11 <i>Internal Consistency (Composite Reliability dan Average Variance Extracted (AVE))</i> .....	58
Tabel 4.12 Hasil uji <i>Discrimant Validity</i> .....	59
Tabel 4.13 Outer Loading.....	61
Tabel 4.14 <i>Collinearity Statistics (VIF)</i> .....	62
Tabel 4.15 <i>Coefficient of Determination</i> .....	63
Tabel 4.16 <i>Size and Significance of Path Coefficient</i> .....	64