

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atau semua rahmat dan berkat yang diberikan-Nya sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.

Tugas akhir dengan judul “**Pengaruh *E-security*, *E-service quality* dan *E-satisfaction* terhadap *E-repurchase intention* pada pengguna *E-commerce Tokopedia*” ditulis untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar magister Ekonomi dengan konsentrasi Digital Marketing Universitas Pelita Harapan, Jakarta.**

Laporan ini tidak akan dapat diselesaikan tanpa adanya bantuan, masukan, saran dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian laporan tugas akhir ini, yaitu kepada:

1. Ibu Gracia Shinta S. Ugut, M.B.A., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan.
2. Bapak Dr. Innocentius Bernarto, S.T., M.Si., M.M., M.Si. selaku Ketua Program Studi Magister Universitas Pelita Harapan, yang telah bersedia membagi ilmu dan memberikan dukungan moral kepada penulis.
3. Bapak Dr. Innocentius Bernarto, S.T., M.Si., M.M., M.Si. selaku dosen pembimbing Tugas Akhir.
4. Seluruh tim dosen dan *staff* Program Studi Manajemen Universitas Pelita Harapan atas segala ilmu, pengalaman dan pembelajaran yang telah dibagikan kepada penulis selama menjalani masa perkuliahan.

5. Orang tua yang selalu memberikan dukungan dalam bentuk doa, kasih sayang, motivasi dan semangat kepada penulis.
6. Go Bernard Christian Gosal, Go Beatrice Imanuela Gosal selaku adik penulis, terimakasih atas dukungan dan semangat yang dberikan.
7. Alex Siswanto, Gerwyn Persulesy, Fernando Nathaniel, Bryan Sangtania, Doan Silloy, Mike Petra sebagai sahabat penulis, terimakasih untuk masukan dan saran yang telah diberikan dalam penulisan Tugas Akhir ini.
8. David Soeltanong, Tan Cian Ling, Dniel Kurniawan selaku teman-teman penulis yang telah mendoakan dan mendukung penulis dalam pengerjaan skripsi terima kasih telah menyemangati dan membantu dalam penulisan Tugas Akhir ini.
9. Seluruh teman-teman seperjuangan angkatan 2020, terima kasih atas bantuan, pertemanan, masukan dan semuanya.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu oleh penulis, yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati, penulis sekali lagi mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang tertulis maupun yang tidak tertulis atas dukungan doa dan semangat yang telah diberikan kepada penulis. Tuhan memberkati kalian, Penulis sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. karena itu, penulis berharap skripsi ini dapat berguna bagi para pembaca, dan mohon maaf apabila dalam penyusunan skripsi ini terdapat kalimat yang kurang jelas maupun adanya kesalahan penulis.

Jakarta, 14 July 2021



Go Brian R Gosal



DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iv
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Teori.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis.....	10
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	11
1.6 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 <i>E-security</i>	13
2.2 <i>E-service quality</i>	15
2.3 <i>E-satisfaction</i>	17
2.4 <i>E-repurchase intention</i>	19
2.5 Hipotesis Penelitian.....	20

2.5.1	Kaitan antara <i>E-security</i> terhadap <i>E-satisfaction</i> pengguna <i>e-commerce</i> Tokopedia.....	21
2.5.2	Kaitan antara <i>E-service quality</i> terhadap <i>E-satisfaction</i> pengguna <i>e-commerce</i> Tokopedia.....	22
2.5.3	Kaitan antara <i>E-satisfaction</i> terhadap <i>E-repurchase intention</i> pengguna <i>e-commerce</i> Tokopedia.....	23
2.5.4	Kaitan antara <i>E-security</i> terhadap <i>E-repurchase intention</i> pengguna <i>e-commerce</i> Tokopedia.....	24
2.5.5	Kaitan antara <i>E-service quality</i> terhadap <i>E-repurchase intention</i> pengguna <i>e-commerce</i> Tokopedia.....	25
2.6	Model Penelitian.....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....		27
3.1	Objek Penelitian.....	27
3.2	Unit Analisis.....	27
3.3	Tipe penelitian.....	29
3.4	Operasionalisasi Variabel.....	31
3.5	Populasi dan Sample.....	33
3.5.1	Penentuan jumlah sampel.....	34
3.5.2	Metode Penarikan Sampel.....	36
3.6	Metode Pengumpulan Data.....	36
3.6.1	Teknik Penyusunan Kuesioner.....	37
3.7	Pengujian Instrumen Penelitian.....	39
3.7.1	Uji Validitas.....	39
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	40
3.8	Metode analisis Data.....	41
3.8.1	Outer Model.....	41
3.8.2	Inner Model.....	42
3.9	Hasil Uji Instrumen Studi Pendahuluan.....	42
3.9.1	Pengujian Structural Equation Modeling SEM.....	43
3.9.1.1	Hasil Uji Validitas Studi pendahuluan.....	43
3.9.1.2	Hasil Uji Reliabilitas Studi pendahuluan.....	46
3.9.3	Kesimpulan Hasil Uji Pendahuluan.....	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		49
4.1	Hasil Penelitian.....	49
4.1.1	Profil Responden.....	50
4.1.2	Deskripsi Konstruk Penelitian.....	59
4.1.2.1	<i>E-security</i>	60
4.1.2.2	<i>E-Service quality</i>	63
4.1.2.3	<i>E-satisfaction</i>	65
4.1.2.4	<i>E-repurchase intention</i>	67
4.1.3	Analisis data Penelitian.....	70
4.1.3.1	Outer Model (uji Validitas dan Reliabilitas).....	70

4.1.3.1.1 Hasil Uji Validitas Penelitian Aktual.....	70
4.1.3.1.2 Hasil uji Reliabilitas Penelitaian Aktual.....	73
4.1.3.2 Inner Model.....	75
4.2 Pembahasan.....	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	86
5.1 Kesimpulan.....	86
5.2 Implikasi Manajerial.....	86
5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran Untuk penelitian Selanjutnya.....	89
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN	



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model penelitian.....	26
Gambar 4.1 Model Penelitian.....	77



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Rating pengunjung <i>e-commerce</i> di Indonesia Q3 tahun 2019.....	3
Tabel 1.2 Rating pengunjung <i>e-commerce</i> di Indonesia Q4 tahun 2019.....	3
Tabel 1.3 Rating pengunjung <i>e-commerce</i> di Indonesia Q3 tahun 2020.....	4
Tabel 1.4 Rating pengunjung <i>e-commerce</i> di Indonesia Q4 tahun 2020.....	5
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel.....	31
Tabel 3.2 Uji Avarage Variance Extracted (AVE) pendahuluan.....	44
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Konvergen Studi Pendahuluan.....	44
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Diskriminan.....	46
Tabel 3.6 Hasil Uji Reability Konsistensi Internal.....	46
Tabel 3.7 Reabilitas studi pendahuluan.....	47
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis kelamin.....	50
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	52
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan terakhir.....	53
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Domisili.....	55
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan per bulan.....	56
Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Seberapa sering menggunakan aplikasi Tokopedia per bulan untuk melihat-lihat produk.....	57
Tabel 4.8 Profil Responden Berdasarkan Seberapa sering menggunakan aplikasi Tokopedia per bulan untuk membeli suatu produk.....	58
Tabel 4.9 Contoh penentuan skala likert.....	60
Tabel 4.10 Konstruk E-security.....	61
Tabel 4.11 Konstruk E-service quality.....	63
Tabel 4.12 Konstruk E-satisfaction.....	65
Tabel 4.13 Konstruk E-repurchase intention.....	68
Tabel 4.14 Uji Avarage Variance Extracted (AVE) Penelitian Aktual.....	71
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Konvergen penelitian aktual.....	72
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Diskriminan penelitian aktual.....	73
Tabel 4.17 Hasil Uji <i>Reability</i> Konsistensi Internal penelitian aktual.....	74
Tabel 4.18 Uji Reabilitas Penelitian Aktual.....	74
Tabel 4.19 Collinearity statistics (VIF).....	75

Tabel 4.20 hasil Uji R Square.....	76
Tabel 4.21 Hasil Uji Model Struktural.....	78



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I kuesioner penelitian pretest.....	a-1
Lampiran II kuesioner penelitian penelitian actual.....	b-1
Lampiran III Hasil test Turnitin.....	c-1
Lampiran IV Uji Hasil Olahan data.....	d-1

