

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karuniaNya sehingga penulisan thesis ini dapat diselesaikan dengan baik. Thesis ini dibuat untuk memenuhi salah satu persyaratan akademik guna memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Pascasarjana Universitas Pelita Harapan.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

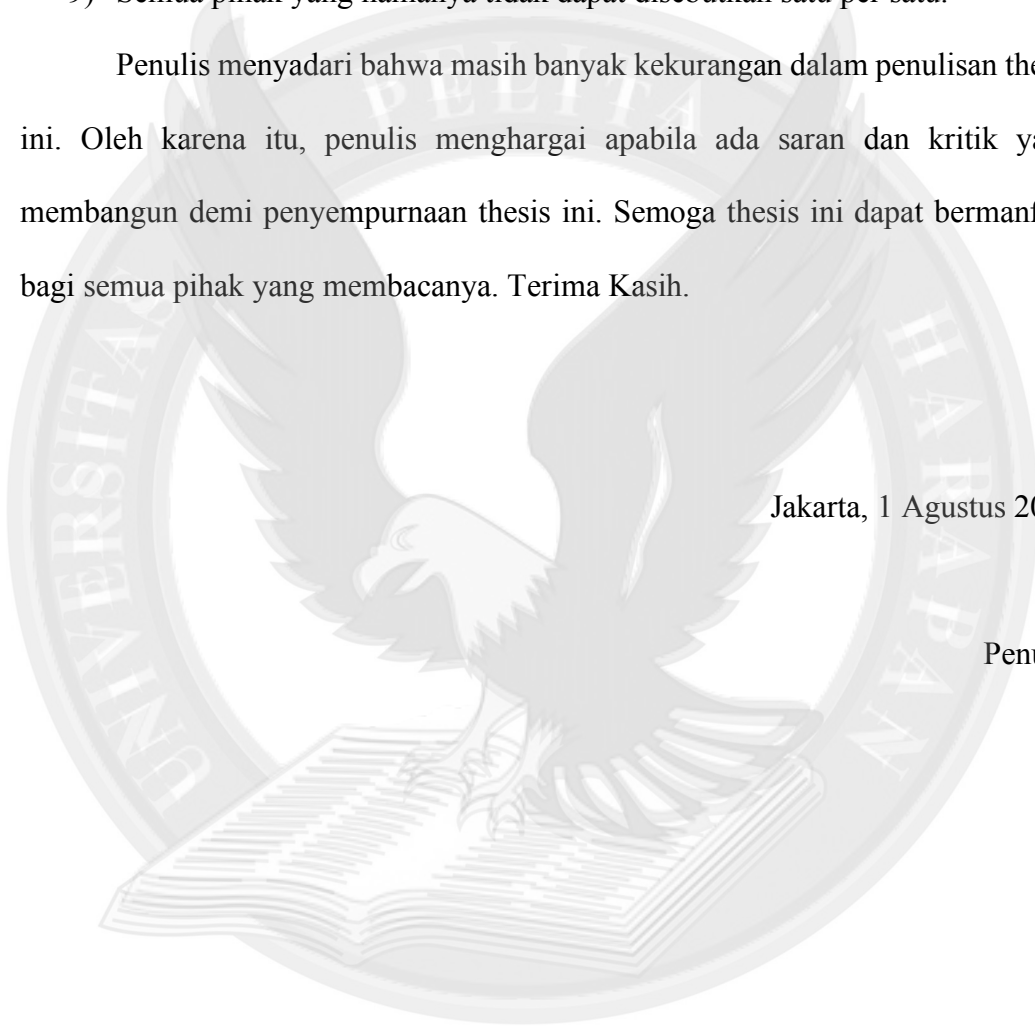
- 1) Bapak Niel Nielson, Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan.
- 2) Bapak Dr. Innocentius Bernarto S.T., M.M., M.Si., M.Si., selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Pelita Harapan.
- 3) Bapak Dr. Pujianto Yugopuspito, selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu, membimbing, serta memberikan dukungan dan pengarahan sehingga thesis ini dapat diselesaikan dengan baik.
- 4) Bapak Dr. dr. Ferdi Antonio, Bapak Joko, serta seluruh dosen dan staf pengajar dalam program studi Magister Manajemen UPH atas ilmu, pengalaman, saran, bimbingan, dan bantuan yang telah diberikan selama masa perkuliahan hingga thesis ini dapat selesai dengan baik.
- 5) Seluruh keluarga penulis yang telah memberikan dukungan, doa, dan motivasi dalam proses pengerjaan thesis ini.
- 6) Pihak PT. Shopback Mitra Sejahtera dan seluruh responden yang telah memberikan waktu, dukungan, dan pengertiannya pada penulis selama menyelesaikan thesis ini.

- 7) Teman – teman Magister Manajemen Angkatan 73 yang selalu saling membantu dan mendukung selama masa perkuliahan.
- 8) Seluruh rekan-rekan penulis yang selalu sabar memberikan dukungan, semangat, doa, dan bantuan pada selama masa perkuliahan sampai terselesaikannya tugas akhir ini.
- 9) Semua pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan thesis ini. Oleh karena itu, penulis menghargai apabila ada saran dan kritik yang membangun demi penyempurnaan thesis ini. Semoga thesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya. Terima Kasih.

Jakarta, 1 Agustus 2018

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR

ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I - PENDAHULUAN

1.1	Latar belakang penelitian.....	1
1.2	Rumusan masalah penelitian.....	5
1.3	Tujuan penelitian.....	6
1.4	Manfaat penelitian.....	7
1.4.1	Manfaat teoritis.....	8
1.4.2	Manfaat praktis.....	8
1.5	Pembatasan Masalah Penelitian.....	9
1.6	Sistematika penulisan.....	9

BAB II - TINJAUAN PUSTAKA

2.1	<i>Relationship Marketing</i>	11
2.2	<i>Blog</i>	11
2.3	<i>Relationship Quality</i>	13
2.4	<i>Interactivity</i>	14

2.5	<i>Information Quality</i>	14
2.6	<i>Entertainment</i>	16
2.7	<i>E-Trust</i>	17
2.8	<i>E-Satisfaction</i>	18
2.9	<i>E-Loyalty</i>	19
2.10	<i>Purchasing Intention</i>	20
2.11	Pengajuan hipotesis.....	21
2.11.1	Kaitan antara <i>e-trust</i> dengan <i>e-loyalty</i>	21
2.11.2	Kaitan antara <i>e-satisfaction</i> dengan <i>e-loyalty</i>	22
2.11.3	Kaitan antara <i>e-trust</i> dengan <i>e-satisfaction</i>	23
2.11.4	Kaitan antara <i>e-loyalty</i> dengan <i>purchasing intention</i>	23
2.11.5	Kaitan antara <i>information quality</i> dengan <i>e-trust</i>	24
2.11.6	Kaitan antara <i>information quality</i> dengan <i>e-satisfaction</i>	24
2.11.7	Kaitan antara <i>interactivity</i> dengan <i>e-trust</i>	25
2.11.8	Kaitan antara <i>interactivity</i> dengan <i>e-satisfaction</i>	25
2.11.9	Kaitan antara <i>entertainment</i> dengan <i>e-satisfaction</i>	26
2.3	Model penelitian.....	27

BAB III - METODE PENELITIAN

3.1	Objek penelitian.....	28
3.2	Unit analisis.....	28
3.3	Tipe penelitian.....	29
3.4	Operasional variabel penelitian.....	29
3.5	Populasi dan sampel.....	34
3.5.1	Penentuan jumlah sampel.....	35
3.5.2	Metode penarikan sampel.....	36
3.6	Metode pengumpulan data.....	37
3.7	Metode analisis data.....	38

3.7.1	Statistik deskriptif.....	39
3.7.2	Statistik inferensial.....	39
3.7.2.1	Outer Model.....	40
3.7.2.2	Inner Model.....	41
3.8	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	42
3.8.1	Uji Validitas.....	42
3.8.2	Uji Reliabilitas.....	44

BAB IV - HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Karakteristik Responden.....	46
4.2	Statistik Deskriptif.....	52
4.2.1	<i>E-Trust</i>	53
4.2.2	<i>E-Satisfaction</i>	54
4.2.3	<i>E-Loyalty</i>	55
4.2.4	<i>Purchasing Intention</i>	56
4.2.5	<i>Interactivity</i>	57
4.2.6	<i>Information Quality</i>	57
4.2.7	<i>Entertainment</i>	58
4.3	Hasil Uji dan Analisis Studi Aktual.....	59
4.3.1	<i>Outer Model Measurement</i>	59
4.3.2	<i>Structural Inner Model</i>	63
4.3.3	Hasil Uji Hipotesis.....	64
4.4	Pembahasan Hasil Uji Hipotesis.....	68
4.4.1	<i>Path Analysis / Coefficient</i>	79
4.4.2	<i>Indirect Effect</i>	80
4.4.3	<i>R-Square</i>	81
4.5	Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu.....	82

BAB V - KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....85

5.2 Implikasi Manajerial.....88

5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran Untuk Penelitian Selanjutnya...89

DAFTAR PUSTAKA.....91

LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengunjung Blog ShopBack.....	3
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	27
Gambar 4.1 Model Struktural Hasil Uji Hipotesis.....	65



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian.....	30
Tabel 3.2 Hasil Pre-Test Uji Validitas.....	43
Tabel 3.3 Hasil Pre-Test Uji Reliabilitas.....	44
Tabel 4.1 Karakteristik Responden.....	47
Tabel 4.2 Klasifikasi Sikap.....	53
Tabel 4.3 Hasil Statistik Deskriptif <i>E-Trust</i>	53
Tabel 4.4 Hasil Statistik Deskriptif <i>E-Satisfaction</i>	54
Tabel 4.5 Hasil Statistik Deskriptif <i>E-Loyalty</i>	55
Tabel 4.6 Hasil Statistik Deskriptif <i>Purchasing Intention</i>	56
Tabel 4.7 Hasil Statistik Deskriptif <i>Interactivity</i>	57
Tabel 4.8 Hasil Statistik Deskriptif <i>Information Quality</i>	57
Tabel 4.9 Hasil Statistik Deskriptif <i>Entertainment</i>	58
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Penelitian Aktual.....	60
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> Penelitian Aktual.....	61
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Penelitian Aktual.....	62
Tabel 4.13 Hasil <i>Cronbach Alpha</i>	63
Tabel 4.14 Hasil Uji Hipotesis.....	64
Tabel 4.15 <i>Path Coefficient</i>	79
Tabel 4.16 <i>Indirect Effect</i>	80
Tabel 4.17 <i>R-Square</i>	81
Tabel 4.18 Perbandingan Hasil Penelitian Terdahulu Dan Sekarang.....	82

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A	Kuesioner Penelitian.....	A-1
LAMPIRAN B	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Pendahuluan.....	B-1
LAMPIRAN C	Karakteristik Responden.....	C-1
LAMPIRAN D	Statistik Deskriptif.....	D-1
LAMPIRAN E	Statistika Inferensial (<i>Outer Model</i>).....	E-1
LAMPIRAN F	Statistika Inferensial (<i>Structural Inner Model</i>).....	F-1
LAMPIRAN G	Jawaban Kuesioner.....	G-1

