

DAFTAR ISI

<u>HALAMAN JUDUL</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISM</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>DAFTAR ISI</u>	1
<u>DAFTAR GAMBAR</u>	5
<u>DAFTAR TABEL</u>	7
<u>DAFTAR LAMPIRAN</u>	x
<u>BAB I</u>	11
<u>PENDAHULUAN</u>	11
<u>1.1 Latar Belakang Masalah</u>	11
<u>1.2 Batasan Masalah</u>	21
<u>1.3 Rumusan Masalah</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>1.4 Tujuan Penelitian</u>	23
<u>1.5 Manfaat Penelitian</u>	24
<u>1.5.1 Manfaat Teoritis</u>	24
<u>1.5.2 Manfaat Praktis</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>1.6 Sistematika Penulisan</u>	25
<u>BAB II</u>	27
<u>TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</u>	27
<u>2.1 Landasan Teori</u>	27
<u>2.1.1 Revisit Intention</u>	28
<u>2.1.2 Convenience</u>	28
<u>2.1.3 Product Information</u>	28
<u>2.1.4 Website Design</u>	29
<u>2.1.5 Responsive Customer Service</u>	30
<u>2.2 Penelitian Terdahulu</u>	31
<u>2.3 Pengembangan Hipotesis</u>	33
<u>2.3.1 Pengaruh Website Design terhadap Product Information</u>	33
<u>2.3.2 Pengaruh Responsive Customer Service terhadap Product Information ...</u>	33
<u>2.3.3 Pengaruh Website Design terhadap Convenience</u>	34

2.3.4	<i>Pengaruh Responsive Customer Service terhadap Convenience</i>	35
2.3.5	<i>Pengaruh Website Design terhadap Consumer's Revisit Intention</i>	35
2.3.6	<i>Pengaruh Responsive Customer Service terhadap Revisit Intention</i>	36
2.3.7	<i>Pengaruh Product Information terhadap Consumer's Revisit Intention</i>	37
2.3.8	<i>Pengaruh Convenience terhadap Consumer's Revisit Intention</i>	37
2.4	Model Penelitian	38
2.5	Bagan Alur Berpikir	38
BAB III.....		40
METODOLOGI PENELITIAN		40
3.1	Jenis Penelitian	40
3.2	Populasi dan Sampel.....	40
3.2.1	Populasi.....	41
3.2.2	Sampel	41
3.2.2.1	Teknik Penarikan Sampel	41
3.2.2.2	Metode Pengambilan Sampel.....	42
3.2.2.3	Karakteristik Sampel	42
3.2.2.4	Ukuran Sampel.....	43
3.3	Metode Pengumpulan Data	43
3.3.1	Jenis dan Sumber Data	43
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.4	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	45
3.4.1	Definisi Operasional	45
3.4.2	Pengukuran Variabel	46
3.5	Metode Analisis Data	47
BAB IV		57
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		57
4.1	Gambaran Umum	57
4.2	Analisis Data.....	57
4.2.1	Statistik Deskriptif.....	57
4.2.1.1	Karakteristik Responden.....	57
4.2.1.2	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58

4.2.1.3	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia	59
4.2.1.4	Tanggapan Responden	61
4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel	68
4.2.2.1	Penjelasan Responden Terhadap <i>Website Design</i>	68
4.2.2.2	Penjelasan Responden Terhadap <i>Responsive Customer Service</i>	69
4.2.2.3	Penjelasan Responden Terhadap <i>Product Information</i>	70
4.2.2.4	Penjelasan Responden Terhadap <i>Convenience</i>	71
4.2.2.5	Penjelasan Responden Terhadap <i>Revisit Intention</i>	72
4.2.3	Uji Validitas dan Realibitas	73
4.2.4	Pengujian Asumsi Klasik Regresi	74
4.2.4.1	Uji Normalitas	75
4.2.4.2	Uji Heterokedastisitas	77
4.2.4.3	Uji Linearitas	79
4.2.4.4	Uji Multikolinearitas	80
4.3	Metode Analisis Statistik	81
4.3.1	Analisis Regresi	81
4.3.1.1	Analisis Koefisien Regresi Berganda	81
4.3.1.1.1	<i>Product Information</i>	81
4.3.1.1.2	<i>Convenience</i>	82
4.3.1.1.3	<i>Revisit Intention</i>	84
4.3.2	Analisis Koefisien Korelasi	86
4.3.2.1	Analisis Koefisien Korelasi Berganda (r)	86
4.3.2.1.1	Analisis Koefisien Korelasi Berganda untuk $X_1, X_2 * Z_1$	86
4.3.2.1.2	Analisis Koefisien Korelasi Berganda untuk $X_1, X_2 * Z_2$	86
4.3.2.1.3	Analisis Koefisien Korelasi Berganda untuk $X_1, X_2, Z_1, Z_2 * Y$	87
4.3.3	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	87
4.4	Metode Pengujian Hipotesis	88
4.4.1	Uji Signifikasi Simulan (Uji-F)	88
4.4.2	Uji Signifikasi Parsial (Uji-T)	89
4.5	Pembahasan	92
BAB V		105

<u>KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI</u>	105
<u>5.1 Kesimpulan</u>	105
<u>5.2 Implikasi</u>	120
<u>5.2.1 Implikasi Teoritis</u>	120
<u>5.2.2 Implikasi Manajerial</u>	122
<u>5.3 Rekomendasi</u>	123
<u>DAFTAR PUSTAKA</u>	126



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Penjualan oleh <i>Beauty-Industry Retail</i> Secara Global	12
Gambar 1. 2 Pertumbuhan Produksi Industri Manufaktur Triwulan IV-2019.....	13
Gambar 1. 3 Grafik Penjualan Produk Kosmetik di Indonesia	14
Gambar 1. 4 Slogan Sociolla.....	14
Gambar 1. 5 Daftar 10 E-commerce Yang Paling Sering Digunakan.....	16
Gambar 1. 6 Opsi Pembayaran di Website Sociolla	17
Gambar 1. 7 Deskripsi Produk di Website Sociolla	18
Gambar 1. 8 Informasi Produk di Instagram Sociolla	18
Gambar 1. 9 Desain Website Sociolla	19
Gambar 1. 10 Customer Care di Sociolla.....	20
Gambar 2. 1 Model Penelitian Terdahulu	38
Gambar 2. 2 Model Penelitian.....	38
Gambar 4. 1 Diagram <i>Pie</i> Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Gambar 4. 2 Diagram <i>Pie</i> Responden Berdasarkan Umur	60
Gambar 4. 3 <i>Scatterplot</i> Uji Normalitas <i>Product Information</i>.....	75
Gambar 4. 4 <i>Scatterplot</i> Uji Normalitas <i>Convenience</i>.....	76
Gambar 4. 5 <i>Scatterplot</i> Uji Normalitas <i>Revisit Intention</i>	76
Gambar 4. 6 <i>Scatterplot</i> Uji Heterokedastisitas <i>Product Information</i>.....	78
Gambar 4. 7 <i>Scatterplot</i> Uji Heterokedastisitas <i>Convenience</i>	78
Gambar 4. 8 <i>Scatterplot</i> Uji Heterokedastisitas <i>Revisit Intention</i>.....	79
Gambar 4. 9 Model Penelitian.....	92
Gambar 5. 1 Hasil Pengolahan Penelitian.....	112
Gambar 5. 2 Pengaruh WD dan RCS terhadap PI.....	115
Gambar 5. 3 Pengaruh WD dan RCS terhadap C	116
Gambar 5. 4 Pengaruh WD, RCS, PI, dan C terhadap RI.....	118

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: KUESIONER PENELITIAN	A-1
LAMPIRAN B: HASIL SPSS.....	B
LAMPIRAN C: UJI TURNITIN.....	C



DAFTAR TABEL

<u>Tabel 3. 1 Likert Scale Point</u>	45
<u>Tabel 3. 2 Operasional Variabel</u>	45
<u>Tabel 3. 3 Rules of Thumb Koefisien Korelasi</u>	54
<u>Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin</u>	58
<u>Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia</u>	60
<u>Tabel 4. 3 Derajat Penilaian Setiap Variabel</u>	61
<u>Tabel 4. 4 Indikator Variabel Website Design</u>	62
<u>Tabel 4. 5 Indikator Variabel Responsive Customer Service</u>	63
<u>Tabel 4. 6 Indikator Variabel Product information</u>	65
<u>Tabel 4. 7 Indikator Variabel Convenience</u>	66
<u>Tabel 4. 8 Indikator Variabel Revisit Intention</u>	67
<u>Tabel 4. 9 Distribusi Jawaban Pada Variabel Website Design</u>	68
<u>Tabel 4. 10 Distribusi Jawaban Pada Variabel Responsive Customer Service</u>	69
<u>Tabel 4. 11 Distribusi Jawaban Pada Variabel Product information</u>	70
<u>Tabel 4. 12 Distribusi Jawaban Pada Variabel Convenience</u>	71
<u>Tabel 4. 13 Distribusi Jawaban Pada Variabel Revisit Intention</u>	72
<u>Tabel 4. 14 Tabel Uji Validitas dan Reliabilitas</u>	73
<u>Tabel 4. 15 Tabel Uji Kolmogorov-Smirnov</u>	75
<u>Tabel 4. 16 Tabel Uji Heterokedastisitas</u>	77
<u>Tabel 4. 17 Tabel Uji Linearitas</u>	79
<u>Tabel 4. 18 Tabel Uji Multikolinearitas</u>	80
<u>Tabel 4. 19 Hasil Uji Regresi Berganda (X1,X2*Z1)</u>	81
<u>Tabel 4. 20 Hasil Uji Regresi Berganda (X1,X2*Z2)</u>	82
<u>Tabel 4. 21 Hasil Uji Regresi Berganda (X1,X2,Z1,Z2*Y)</u>	84
<u>Tabel 4. 22 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R²)</u>	87
<u>Tabel 4. 23 Hasil Uji Signifikansi Simulan (Uji-F)</u>	89
<u>Tabel 4. 24 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji-T)</u>	90

Tabel 4. 25 Tabel Hipotesis Penelitian	95
Tabel 4. 26 Indikator Variabel <i>Website Design</i>.....	99
Tabel 4. 27 Indikator Variabel <i>Responsive customer service</i>	100
Tabel 4. 28 Indikator Variabel <i>Product information</i>	101
Tabel 4. 29 Indikator Variabel <i>Convenience</i>.....	103
Tabel 4. 30 Indikator Variabel <i>Revisit Intention</i>	104
Tabel 5. 1 Tabel Analisis Hipotesis Penelitian.....	106

