

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Yesus Kristus, yang telah memberikan tuntunan dan berkat yang melimpah hingga penelitian Tugas Akhir telah selesai tepat waktu. Penelitian yang berjudul “**TRANSFORMASI DIGITAL *ONLINE STORE* EIGER TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG MELALUI KEPUASAN KONSUMEN DI JAKARTA**” dilakukan guna memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen Strata Satu di Universitas Pelita Harapan, Tangerang.

Terimakasih sebesar besarnya kepada **Dr. Drs. John Tampil Purba, M.M. MCSE.** selaku dosen pembimbing peneliti yang telah membimbing peneliti dengan sabar dalam menyelesaikan penelitian ini. Selama dalam proses penulisan penelitian ini, penulis mendapatkan bantuan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak untuk menyelesaikan penelitian ini. Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak yang telah terlibat, yaitu:

1. Orang tua saya yang bersama Tioe Herman dan Yulianti Herman dan keluarga yang telah memberikan bantuan, dukungan moril, kasih sayang, serta doa kepada penulis.
2. Ibu Dra. Gracia Shinta S. Ugut, M.B.A., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan.
3. Ibu Vina Christina Nugroho, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen

4. Bapak Danet Arya Patria. S.E, M.B.A. selaku Ketua Konsentrasi Ritel Manajemen
5. Ibu Cynthia Anna Wijayanti, SE., M.Mktg. selaku dosen Pembimbing Akademik (PA) dari penulis
6. Seluruh dosen dan staf administrasi Manajemen yang telah memberikan ilmu selama proses perkuliahan di Universitas Pelita Harapan.
7. Teman-teman terdekat penulis selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan yang terdiri dari Christopher Owen Chandra, Willy Hashel, Henry Stevan Tan, Vinson Chia Devin, Chales Chang Wielung, Jimmy Rab Sudirman, Marshel Christian dan Vincent.
8. Teman-teman satu kelompok bimbingan tugas akhir
9. Seluruh pihak yang telah berkontribusi dan membantu penulis yang tidak dapat disebutkan satu per satu

Tangerang, ... November 2021

Penulis

## DAFTAR ISI

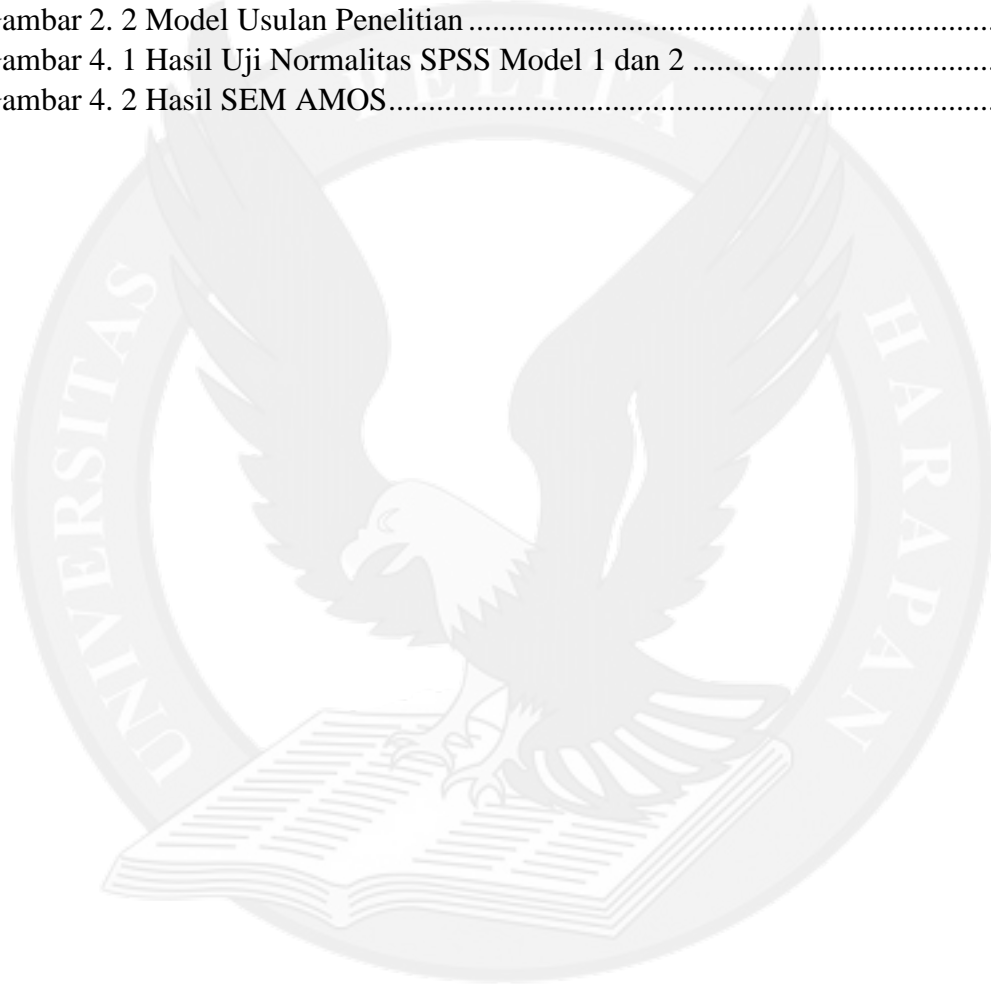
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	
ABSTRAK .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	13
1.4.2 Manfaat Praktis .....	14
1.5 Sistematika Penulisan.....	14
BAB II.....	16
TINJAUAN PUSTAKA .....	16
2.1 Transformasi Digital.....	16
2.2 Lingkungan Toko .....	18
2.3 Promosi Penjualan.....	20
2.4 Konstruksi Variabel .....	21
2.4.1 <i>Website Design Quality</i> .....	21
2.4.2 <i>Online Promotion</i> .....	22
2.4.3 <i>Perceived Value</i> .....	23
2.4.4 <i>Consumer Satisfaction</i> .....	25

2.4.5 <i>Repurchase Intention</i> .....	26
2.5 Pengajuan Hipotesis .....	28
2.5.1 Pengaruh <i>Website Design Quality</i> Terhadap <i>Consumer Satisfaction</i> .....	28
2.5.2 Pengaruh <i>Online Promotion</i> Terhadap <i>Consumer Satisfaction</i> .....	29
2.5.3 Pengaruh <i>Perceived Value</i> Terhadap <i>Consumer Satisfaction</i> .....	30
2.5.4 Pengaruh <i>Consumer Satisfaction</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	31
2.6 Model Penelitian.....	32
<b>BAB III</b> .....	34
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	34
3.1 Metode Penelitian.....	34
3.2 Unit Analisis.....	35
3.3 Tipe Penelitian.....	36
3.4 Definisi Konseptual & Definisi Operasional Variabel.....	37
3.5 Populasi dan Sampel .....	40
3.5.1 Penentuan Jumlah Sampel .....	41
3.5.2 Metode Penarikan Sampel .....	41
3.6 Metode Pengumpulan Data .....	42
3.7 Metode Analisis Data .....	43
3.7.1 Uji Validitas.....	43
3.7.2 Uji Reabilitas .....	43
3.7.3 Analisis Structural Equation Model (SEM).....	43
3.7.4 Langkah-langkah SEM .....	44
3.8 Hasil Uji Instrumen Pendahuluan (Pre-Test) .....	48
<b>BAB IV</b> .....	53
<b>HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b> .....	53
4.1 Profil Responden .....	53
4.1.1 Jenis Kelamin.....	53
4.1.2 Usia.....	54
4.2 Deskripsi Tanggapan Responden .....	55
4.3 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Actual Test.....	59

4.3.1 Uji Validitas.....	59
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	63
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	64
4.4.1 Uji Normalitas AMOS dan SPSS.....	64
4.4.2 Uji Multikolinieritas.....	68
4.4.3 Uji Heterokedastisitas.....	69
4.5 Uji R Square.....	70
4.6 Hasil Uji SEM AMOS.....	70
4.6.1 Evaluasi SEM dengan Kriteria <i>Goodness of Fit Model</i> .....	70
4.6.2. Pengujian SEM.....	72
4.7 Uji Hipotesis.....	73
4.8 Pembahasan.....	74
BAB V.....	79
KESIMPULAN DAN SARAN.....	79
5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Implikasi Teoritis.....	81
5.3 Implikasi Manajerial.....	84
5.4 Keterbatasan dan Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA.....	88
LAMPIRAN.....	95

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia .....	3
Gambar 1. 2 Nilai total tahunan transaksi <i>E-Commerce</i> di Indonesia .....	4
Gambar 1. 3 Grafik pertumbuhan PDB Ekonomi Kreatif 2010 – 2020.....	7
Gambar 1. 4 Grafik Kontribusi PDB Ekonomi Kreatif 2017.....	9
Gambar 2. 1 Model Penelitian Sebelumnya.....	32
Gambar 2. 2 Model Usulan Penelitian .....	33
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas SPSS Model 1 dan 2 .....	67
Gambar 4. 2 Hasil SEM AMOS.....	72



## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional .....	37
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Website Design Quality</i> .....	48
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Online Promotion</i> .....	49
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Perceived Value</i> .....	49
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Consumer Satisfaction</i> .....	50
Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Repurchase Intention</i> .....	51
Tabel 3. 7 Hasil Uji Reabilitas .....	51
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	54
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	54
Tabel 4. 3 Klasifikasi Kategori Jawaban .....	55
Tabel 4. 4 Deskripsi Tanggapan Responden Tentang <i>Website Design Quality</i> .....	56
Tabel 4. 5 Deskripsi Tanggapan Responden Tentang <i>Online Promotion</i> .....	57
Tabel 4. 6 Deskripsi Tanggapan Responden Tentang <i>Perceived Value</i> .....	57
Tabel 4. 7 Deskripsi Tanggapan Responden Tentang <i>Consumer Satisfaction</i> .....	58
Tabel 4. 8 Deskripsi Tanggapan Responden Tentang <i>Repurchase Intention</i> .....	59
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Website Design Quality</i> .....	59
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Online Promotion</i> .....	60
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Perceived Value</i> .....	61
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Consumer Satisfaction</i> .....	61
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Repurchase Intention</i> .....	62
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reabilitas .....	63
Tabel 4. 15 Uji Normalitas.....	64
Tabel 4. 16 Hasil <i>Regression Weight</i> Pada Bootstrap.....	66
Tabel 4. 17 Hasil <i>Regression Weight</i> Sebenarnya .....	66
Tabel 4. 18 Hasil uji Multikolinieritas Model 1 dan Model 2 .....	68
Tabel 4. 19 Hasil uji Heterokedastisitas Model 1 dan Model 2.....	69
Tabel 4. 20 Hasil uji Autokorelasi Model 1 dan Model 2.....	70
Tabel 4. 21 Indeks Goodness of Fit untuk Full Model .....	71
Tabel 4. 22 Hasil Uji Hipotesis .....	72
Tabel 4. 23 <i>Standardized Direct Effects</i> .....	73
Tabel 4. 24 Uji hipotesis .....	73
Tabel 5. 1 Perbandingan Hasil Penelitian Saat Ini dan Terdahulu.....	82