DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR ..... **i**
ABSTRAK ..... **ii**
DAFTAR ISI ..... **iv**
DAFTAR GAMBAR ..... **vi**
DAFTAR TABEL ..... **vii**

BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Pertanyaan Penelitian 9
1.3 Tujuan Penelitian 10
1.4 Manfaat Penelitian 10
1.5 Sistematika Penulisan 11
BAB II TINJAUAN LITERATUR **13**
2.1 *E-Service Quality* 13
2.2 *E-Customer Satisfaction* 16
2.3 E-Trust 19
2.4 *Behavioural Intentions* 22
2.5 Hubungan Antar Variabel 24
2.5.1 Pengaruh *E-Service Quality* terhadap *E-Trust* 24
2.5.2 Pengaruh *E-Service Quality* terhadap *E-Customer Satisfaction* 25
2.6.3 Pengaruh *E-Trust* terhadap *E-Customer Satisfaction* 26
2.6.4 Pengaruh antara *E-Service Quality* terhadap *Behavioral Intentions* melalui *E-trust* dan *E-Customer Satisfaction*. 27
2.5 Model Penelitian 28
BAB III METODE PENELITIAN **30**
3.1 Jenis Penelitian 30
3.2 Unit Analisis 31
3.3 Operasional Variabel Penelitian 32
3.4 Populasi dan Sampel 35
3.5 Pengumpulan Data 37
3.5.1 Sumber Data 37
3.5.2 Metode Pengumpulan Data 38
3.6 Statistik Deskriptif 38
3.7 Metode Analisa Data 40
3.7.1 *Partial Least Square* (PLS) 40
3.7.2 Evaluasi Model 41
3.7.2.1 Model Pengukuran (Outer Model) 41
3.7.2.2 Model Struktural (Inner Model) 42
BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN **44**
4.1 Profil Responden 44
4.2 Uji Studi Pendahuluan 45

4.3 Statistik Deskriptif 47
4.3.1 E-Service Quality 47
4.3.2 *E-Customer Satisfaction* 49
4.3.3 E-Trust 50
4.3.4 Behavioral Intentions 51
4.4 Statistik Inferensial 53
4.4.1 Model Pengukuran (*Outer Model*) 53
4.4.1.1 Pengujuan Model Pengukuran 53
4.4.1.1.1 Pengujuan Validitas 53
4.4.1.1.2 Pengujian Reliabilitas 56
4.4.2 Model Struktural (*Inner Model*) 57
4.4.2.1 *Coefficient of determination (R-square)* 57
4.4.2.2 Pengujian Hipotesis 59
4.5 Pembahasan 61
4.5.1 Pengaruh antara variabel *E-Service Quality* terhadap *E-Trust* 62
4.5.2 Pengaruh antara variabel E-Service Quality terhadap E-Customer Satisfaction 63
4.5.3 Pengaruh antara variabel *E-Trust* terhadap *E-Customer Satisfaction* 64
4.5.4 Pengaruh E-Customer Satisfaction terhadap hubungan antara E-Service Quality dengan Behavioral Intentions 65
4.5.5 Pengaruh antara variabel *E-Trust* terhadap hubungan antara *E-Service Quality* dengan *Behavioral Intentions* 65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 67
5.1 Kesimpulan 67
5.2 Implikasi Teoritis 68
5.3 Implikasi Managerial 68
5.4 Keterbatasan Penelitian 70
5.5 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya 71

DAFTAR PUSTAKA 72
LAMPIRAN 76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 *Internet Adoption* 2

Gambar 1.2 *e-Commerce Overview* 3

Gambar 1.3 Trafik Kunjungan *e-Commerce* 5

Gambar 2.1 Model Penelitian..... 28

Gambar 4.1 *Measurement Model* 54

Gambar 4.2 *Structural Model* 59

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Keluhan Konsumen Tokopedia 6

Tabel 3.1 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional Variabel 33

Tabel 3.2 Klasifikasi Sikap 40

Tabel 4.1 Profil Responden 44

Tabel 4.2 *Validity* dan *Reliability LOC (Lower Order Construct)* 45

Tabel 4.3 *Discriminant Validity Assesment Using HTMT Criterion* 47

Tabel 4.4 Deskriptif variabel *e-service Quality* 48

Tabel 4.5 Deskriptif variabel *e- Customer Satisfaction* 49

Tabel 4.6 Deskriptif variabel *e-trust* 50

Tabel 4.7 Deskriptif variabel *Behavioral Intention* 52

Tabel 4.8 *Validity* dan *Reliability* 54

Tabel 4.9 *Discriminant Validity Assesment Using HTMT Criterion* 56

Tabel 4.10 Uji Reliabilitas 56

Tabel 4.11 *Coefficient of Determination* 57

Tabel 4.12 *Size and Significance of path coefficient* 59