

DAFTAR ISI

Pernyataan Keaslian Karya Tugas Akhir.....	ii
Persetujuan Dosen Pembimbing Tugas Akhir.....	iii
Persetujuan Tim Penguji Tugas Akhir.....	iv
Pernyataan dan Persetujuan Unggah Tugas Akhir	iv
Abstrak.....	vii
<i>Abstract</i>	viii
Kata Pengantar.....	viii
Daftar Isi	x
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Gambar	xv
Bab I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	16
1.3 Tujuan Penelitian	16
1.4 Manfaat Penelitian	17
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	17
1.4.2 Manfaat Praktis	18
1.5 Sistematika Penulisan	19
Bab II Tinjauan Pustaka	21
2.1 <i>Repurchase Intention</i>	21
2.2 <i>Price Fairness</i>	23
2.3 <i>Promotion</i>	27
2.4 <i>Perceived Ease of Use</i>	32
2.5 <i>E-Service Quality</i>	35
2.6 Pengajuan Hipotesis.....	40
2.6.1 Kaitan antara <i>Price Fairness</i> dengan <i>Repurchase Intention</i>	40
2.6.2 Kaitan antara <i>Promotion</i> dengan <i>Repurchase Intention</i>	42
2.6.3 Kaitan antara <i>Perceived Ease of Use</i> dengan <i>Repurchase Intention</i>	43
2.6.4 Kaitan antara <i>E-Service Quality</i> dengan <i>Repurchase Intention</i>	45
2.7 Model Penelitian	46
Bab III Metode Penelitian	47
3.1 Objek Penelitian.....	47

3.2	Unit Analisis	47
3.3	Tipe Penelitian	48
3.4	Operasionalisasi Variabel Penelitian	49
3.5	Populasi dan Sampel.....	53
3.5.1	Penentuan Jumlah Sampel	54
3.5.2	Metode Penarikan Sampel	58
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	59
3.6.1	Skala Pengukuran.....	61
3.7	Metode Analisis Data.....	63
3.7.1	Statistik Deskriptif	64
3.7.2	Statistik Inferential.....	64
3.7.3	Partial Least Square (PLS) - Structural Equation Modeling (SEM).....	65
3.8	Pengujian Instrumen Variabel Penelitian.....	74
3.8.1	Uji Validitas	75
3.8.2	Uji Reabilitas.....	85
Bab IV Penelitian Dan Pembahasan.....		88
4.1	Hasil Penelitian	88
4.1.1	Karakteristik Responden.....	88
4.1.2	Analisis Statistik Deskriptif	93
4.2	Hasil Analisis Data	109
4.2.1	Evaluasi Model Pengukuran <i>Outer Model</i>	110
4.2.2	Evaluasi Model Pengukuran <i>Inner Model</i>	121
4.3	Pembahasan.....	130
4.3.1	Pengaruh <i>Price Fairness</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> (Hipotesis 1)	130
4.3.2	Pengaruh <i>Promotion</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> (Hipotesis 2)....	133
4.3.3	Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> (Hipotesis 3).....	135
4.3.4	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> (Hipotesis 4)	138
Bab V Kesimpulan Dan Saran		145
5.1	Kesimpulan	145
5.2	Implikasi Manajerial	146
5.3	Keterbatasan dan Saran untuk Penelitian Berikutnya.....	149
Daftar Pustaka		151
Lampiran.....		166
A-I	Laporan Turnitin	166

A-II	Kuesioner Actual Test	167
A-III	Hasil Uji Validitas Pendahuluan	188
A-IV	Outer Model	194
A-V	Inner Model	200
A-VI	Hasil Uji Hipotesis	202



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 <i>Monthly Web Visits E-Commerce</i> Shopee vs Tokopedia Indonesia.....	8
Tabel 1. 2 Peringkat Berdasarkan Jumlah Download Aplikasi	10
Tabel 3. 1 Definisi Konseptual dan Operasional.....	50
Tabel 3. 2 Pengelompokan Penilaian Variabel Berdasarkan Skala Likert	63
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Studi Pendahuluan Putaran I HOC (<i>Higher Order Construct</i>).....	77
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Studi Pendahuluan Putaran I LOC (<i>Lower Order Construct</i>).....	78
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Studi Pendahuluan Putaran I Construct	79
Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas Studi Pendahuluan Putaran II HOC (<i>Higher Order Construct</i>).....	81
Tabel 3. 7 Hasil Uji Validitas Studi Pendahuluan Putaran II LOC (<i>Lower Order Construct</i>).....	82
Tabel 3. 8 Hasil Uji Validitas Studi Pendahuluan Putaran II <i>Construct</i>	83
Tabel 3. 9 Pengujian Validitas Diskriminan dengan <i>Fornell-Larcker</i>	84
Tabel 3. 10 Pengujian Validitas Diskriminan dengan HT/MT.....	85
Tabel 3. 11 Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	86
Tabel 3. 12 Hasil Uji Reliabilitas Studi Pendahuluan	86
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	89
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan	89
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	90
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	91
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	91
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan	92
Tabel 4. 7 Nilai Rata-rata Berdasarkan Rentang Nilai	93
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif Variabel <i>Price Fairness</i>	94

Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif Variabel <i>Promotion</i>	96
Tabel 4. 10 Analisis Deskriptif Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	99
Tabel 4. 11 Analisis Deskriptif Variabel <i>E-Service Quality</i>	101
Tabel 4. 12 Analisis Deskriptif Variabel <i>Repurchase Intention</i>	107
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Konvergen HOC (<i>Higher Order Construct</i>)	112
Tabel 4. 14 Hasil Uji Validitas Konvergen LOC (<i>Lower Order Construct</i>).....	112
Tabel 4. 15 Hasil Uji Validitas Konvergen <i>Construct</i>	113
Tabel 4. 16 Pengujian Cross Loading HOC (<i>Higher Order Construct</i>).....	114
Tabel 4. 17 Pengujian Cross Loading LOC (<i>Lower Order Construct</i>)	116
Tabel 4. 18 Pengujian Validitas Diskriminan dengan <i>Fornell-Larcker</i>	117
Tabel 4. 19 Pengujian Validitas Diskriminan <i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i> (HTMT)	119
Tabel 4. 20 Hasil Uji Reliabilitas	120
Tabel 4. 21 Hasil Uji Multikolinearitas (VIF).....	123
Tabel 4. 22 Hasil Uji R-Square (R^2).....	123
Tabel 4. 23 Hasil Uji F-Square (F^2).....	124
Tabel 4. 24 Hasil Uji Q-Square (Q^2)	125
Tabel 4. 25 Hasil Uji Hipotesis.....	128

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 <i>Ownership of devices among internet users in Indonesia as of Q3 2021, by device</i>	2
Gambar 1. 2 10 Negara Asia dengan Jumlah Pengguna Internet Terbanyak Pada Maret 2021.....	4
Gambar 1. 3 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia dari Tahun 2018 Sampai Januari 2022.....	5
Gambar 1. 4 Fakta Hasil Key Findings E-commerce di Indonesia	7
Gambar 1. 5 <i>Monthly Web Visits E-Commerce Competition Shopee vs Tokopedia Indonesia</i>	9
Gambar 1. 6 <i>Leading e-commerce sites in Indonesia as of 2nd quarter 2022, by monthly traffic</i>	11
Gambar 2. 1 <i>The Four P Components of the Marketing Mix</i>	26
Gambar 2. 2 Konseptual Model.....	46
Gambar 3. 1 Model Pre-Test Studi Pendahuluan Putaran I.....	77
Gambar 3. 2 Model Pre-Test Studi Pendahuluan Putaran II	81
Gambar 4. 1 <i>Outer Model</i>	111
Gambar 4. 2 <i>Inner Model</i>	111
Gambar 4. 2 Hasil Uji Hipotesis (Bootstrapping)	127