

# Daftar Isi

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR .....	2
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR .....	3
Daftar Isi .....	5
Daftar Gambar .....	9
Daftar Tabel .....	10
ABSTRAK .....	12
BAB I .....	14
PENDAHULUAN .....	16
Latar Belakang .....	16
Batasan masalah .....	32
Rumusan masalah .....	33
Tujuan Penelitian .....	34
Manfaat .....	35
1.5.1    Manfaat teoritis .....	35
1.5.2    Manfaat Praktis .....	35
Sistematika Penulisan .....	36
BAB II .....	38
2.1    Landasan Teori .....	38
2.1.1    Fulfillment .....	38
2.1.2    Responsiveness .....	39
2.1.3    Website Design .....	41
2.1.4    Security .....	42
2.1.5    Trust .....	44
2.1.6    Satisfaction .....	46
2.1.7    Loyalty .....	48
2.2    Penelitian terdahulu .....	50
2.3    Pengembangan Hipotesis .....	52

2.3.1 Pengaruh Fulfillment terhadap Trust.....	52
2.3.2 Pengaruh <i>Responsiveness</i> terhadap <i>Trust</i> .....	53
2.3.3 Pengaruh <i>Website design</i> terhadap <i>trust</i> .....	53
2.5 Bagan Alur berpikir.....	63
Bab III .....	69
METODOLOGI PENELITIAN.....	69
3.1 Jenis Penelitian .....	69
3.2 Populasi dan Sampel .....	70
3.2.1 Populasi .....	71
3.2.2 Sampel.....	71
3.4 Definisi operasional dan pengukuran variable .....	78
3.5 Metode Analisa Data.....	86
3.5.1 Pengolahan Data.....	86
3.5.2 Pengujian Hipotesis.....	86
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....	105
4.1 Gambaran Umum .....	105
4.1.1 Codashop.....	105
4.1.2 Profil Responden .....	106
4.2.3.1 Jenis Kelamin Responden.....	106
4.2.3.2 Usia Responden .....	109
4.2 Analisis Data.....	110
4.2.1 Tanggapan Responden .....	110
1. Variable <i>Fullfilment</i> .....	111
2. Variable <i>Responsiveness</i> .....	112
3. Variable <i>Website Design</i> .....	115
4. Variable <i>Security</i> .....	116
5. Variable <i>Trust</i> .....	117
6. Variable <i>Satisfaction</i> .....	120
7. Variable <i>Loyalty</i> .....	121
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel.....	122

4.2.2.1	Penjelasan Responden terhadap <i>Fulfillment</i> .....	122
4.2.3.2	Penjelasan Responden terhadap <i>Responsiveness</i> .....	124
4.2.3.3	Penjelasan Responden terhadap <i>Website Design</i> .....	125
4.2.3.4	Penjelasan Responden terhadap <i>Security</i> .....	127
4.2.3.5	Penjelasan Responden terhadap <i>Trust</i> .....	128
4.2.3.6	Penjelasan Responden terhadap <i>Satisfaction</i> .....	130
4.2.3.7	Penjelasan Responden terhadap <i>Loyalty</i> .....	131
4.2.3	Hasil Pengujian Kualitas Data .....	133
4.2.3.1	Evaluasi Normalitas Data .....	135
4.2.3.2	Evaluasi Outliers .....	137
4.2.3.3	Univariate Outliers .....	137
4.2.3.4	Multivariate Outliers.....	137
4.2.3.5	Evaluasi Multicollinearity dan Singularity .....	143
4.2.3.6	Analisis Faktor Konfirmatori (Confirmatory Factor Analysis). 144	
4.2.3.7	Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen .....	144
4.2.3.8	Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Endogen .....	146
4.2.4	Analisis Full Structural Equation Modeling .....	148
4.2.5	Uji Reliability.....	152
4.2.6	Hasil Pengujian Hipotesis .....	154
4.2.6.1	Pengujian Hipotesis 1 (H1) .....	156
4.2.6.2	Pengujian Hipotesis 2 (H2) .....	156
4.2.6.3	Pengujian Hipotesis 3 (H3) .....	157
4.2.6.4	Pengujian Hipotesis 4 (H4) .....	158
4.2.6.5	Pengujian Hipotesis 5 (H5) .....	158
4.2.6.6	Pengujian Hipotesis 6 (H6) .....	159
4.2.6.7	Pengujian Hipotesis 7 (H7) .....	160
4.2.6.8	Pengujian Hipotesis 8 (H8) .....	160
4.2.6.9	Pengujian Hipotesis 9 (H9) .....	161
4.2.6.10	Pengujian Hipotesis 10 (H10) .....	161
4.2.6.11	Pengujian Hipotesis 11 (H11) .....	162

4.3	Pembahasan .....	163
BAB V .....		185
Kesimpulan.....		185
5.1	Simpulan.....	185
5.1.1	Simpulan Atas Hipotesis .....	186
5.1.1.1	Pengaruh Fulfillment terhadap Trust.....	186
5.1.1.2	Pengaruh <i>Responsiveness</i> terhadap <i>Trust</i> .....	187
5.1.1.3	Pengaruh <i>Website Design</i> terhadap <i>Trust</i> .....	188
5.1.1.4	Pengaruh <i>Security</i> terhadap <i>Trust</i> .....	189
5.1.1.5	Pengaruh <i>Fulfillment</i> terhadap <i>Satisfaction</i> .....	190
5.1.1.6	Pengaruh <i>Responsiveness</i> terhadap <i>Satisfaction</i> .....	191
5.1.1.7	Pengaruh <i>Website Design</i> terhadap <i>Satisfaction</i> .....	192
5.1.1.8	Pengaruh <i>Security</i> terhadap <i>Satisfaction</i> .....	193
5.1.1.9	Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Satisfaction</i> .....	194
5.1.1.10	Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Loyalty</i> .....	195
5.1.1.11	Pengaruh <i>Satisfaction</i> terhadap <i>Loyalty</i> .....	196
5.1.2	Simpulan Atas Masalah Penelitian.....	197
5.2	Implikasi .....	198
5.2.1	Implikasi Teoritis .....	199
5.2.2	Implikasi Manajerial .....	201
5.3	Rekomendasi .....	209
DAFTAR PUSTAKA.....		211

## Daftar Gambar

Gambar1. 1 statistik pengguna internet 2020 .....	17
Sumber: Datareportal.com (Diunduh pada 3 maret 2023).....	19
Gambar 1. 3 Analisis Codashop .....	23
. .....	52
Gambar 4.1 Responden berdasarkan Jenis kelaminSumber : Dikembangkan dari pengolahan data kuesioner menggunakan SPSS 22.0 (2023).....	107
Gambar 4.2 Responden berdasarkan Usia .....	109
Gambar 4.3 Confirmatory Analysis Fulfillment, Responsiveness, Website Design, <i>Security</i> .....	145
Gambar 4.4 Confirmatory Analysis <i>trust, satisfaction, dan loyalty</i> .....	147
Gambar 4.5 Full Structural Equation Model .....	149
 <b>Gambar 2. 1 Model Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>51</b>
<b>Gambar 2. 2 Hasil Penelitian Hipotesis Terdahulu .....</b>	<b>52</b>
<b>Gambar 2. 3 Model penelitian yang diajukan .....</b>	<b>62</b>
 <b>Gambar 3. 1 Diagram Alur Kerangka Pemikiran Teoritis.....</b>	<b>92</b>

## Daftar Tabel

Tabel 2. 1 Bagan Alur Berpikir .....	68
Tabel 3. 1 Design inti Kuesioner .....	78
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel .....	86
Tabel 3. 3 Keterangan Indikator Konstruk .....	92
Tabel 3. 4 Keterangan Hubungan Konstruk .....	95
Tabel 3. 5 Konstruk Endogen .....	95
Tabel 3. 6 Konstruk Endogen Sumber: Ferdinand (2002) .....	102
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	107
Tabel 4.2 Responden berdasarkan Usia.....	109
Tabel 4.3 Derajat Penilaian Setiap Variabel .....	111
Tabel 4.4 Tanggapan Responden terhadap <i>Fullfilment</i> .....	112
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap <i>Responsiveness</i> .....	113
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap <i>Website Design</i> .....	115
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap <i>Security</i> .....	116
Tabel 4.8 tanggapan Responden terhadap <i>Trust</i> .....	118
Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap <i>Satisfaction</i> .....	120
Tabel 4.10 Tanggapan Responden terhadap <i>Loyalty</i> .....	121
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden terhadap variable Fulfillment.....	123
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Responsiveness</i> ...	124
Tabel 4.13 Distribusi jawaban Responden terhadap Variabel <i>Website Design</i> ....	126
Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Security</i> .....	127
Tabel 4.15 Dsitribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Trust</i> .....	129
Tabel 4.16 Distribusi jawaban Responden terhadap Variabel <i>Satisfaction</i> .....	130
Tabel 4.17 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Loyalty</i> .....	131
Tabel 4.18 Goodness of Fit Index .....	134
Tabel 4.19 Hasil Uji Normalitas Data .....	136
Tabel 4.21 Mahalanobis Dist.....	139
Tabel 4.22 Uji Bobot Faktor dan nilai Faktor <i>Fulfillment, Responsiveness, Website Design, Security</i> .....	146
Tabel 4.23 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading <i>trust, satisfaction dan loyalty</i> . ....	148
Tabel 4.24 Index Pengujian Kelayakan .....	150
Tabel 4.25 Regression Weights Full Structural Equation Model .....	151
Tabel 4.26 Uji Reliability .....	153
Tabel 4.27 Hasil Uji Hipotesis .....	154
Tabel 4.28 Indikator Variabel <i>Fulfillment</i> .....	172
Tabel 4.29 Indikator Variabel <i>Responsiveness</i> .....	174

Tabel 4.30 Indikator Variabel <i>Website Design</i> .....	176
Tabel 4.31 Indikator Variabel <i>Security</i> .....	178
Tabel 4.32 Indikator Variabel <i>Trust</i> .....	179
Tabel 4.33 Indikator Variabel <i>Satisfaction</i> .....	181
Tabel 4.34 Indikator Variabel <i>Loyalty</i> .....	183
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis .....	199
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial .....	205

