

KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus yang terus memberikan hikmat dan kesehatan yang luar biasa dalam menyelesaikan tugas akhir persyaratan guna mengejar studi yaitu Strata Dua Magister Manajemen di Universitas Pelita Harapan Surabaya ini.

Penulis meyakini bahwa pengungkapan, penyajian, maupun penggunaan kata-kata dan bahasa pada penelitian ini dirasa masih sangat jauh dari sempurna. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran, kritik dan segala bentuk pengarahannya dari semua pihak untuk perbaikan penelitian tugas akhir ini.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang begitu besar kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung atas terselesainya penelitian ini hingga akhir. Ucapan terima kasih ini khususnya ditujukan kepada:

1. Bapak Dr. Ronald S.T., M.M. sebagai *executive director* di Universitas Pelita Harapan Surabaya, serta sebagai pembimbing kedua dan pembimbing akademik yang telah membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan yang saya lalui selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Surabaya.
2. Ibu Dr. Amelia S.E., RFP-I., M.M. selaku dosen pembimbing utama yang telah mencurahkan begitu besar perhatian, tenaga, meluangkan waktu serta memberikan dorongan yang begitu tinggi dan besar kepada saya dari awal perkuliahan hingga penelitian tugas akhir ini dapat terselesaikan.
3. Bapak Wiliam Santoso, SE, M.Ak. selaku dosen penguji pertama yang memberikan masukan dan arahan untuk menyelesaikan penelitian ini.
4. ... selaku dosen penguji kedua yang turut membantu saya dalam memberi masukan dan arahan untuk menyelesaikan penelitian ini.
5. Para staff pengajar Program Magister Strata Dua Jurusan Manajemen Universitas Pelita Harapan Surabaya yang telah memberikan ilmu-ilmu melalui suatu kegiatan belajar-mengajar dengan dasar pemikiran analitis dan pengetahuan yang lebih baik sehingga diharapkan berguna bagi penulis setelah lulus nanti.

6. Kedua orang tua Papa dr. Johnny Surianggo, Mama Harlina Chandra, dan adik Jenita Surianggo serta seluruh keluarga besar yang senantiasa membawa dalam doa kelancaran kuliah hingga penelitian tugas akhir, tidak henti memberi dukungan, motivasi, dan senantiasa sabar mendengar semua keluh kesah dari awal perkuliahan S1 hingga penelitian tugas akhir S2.
7. Teman-teman Mahasiswa seperjuangan S2 UPHS 2019. Terutama terima kasih banyak untuk teman teman kelasn yaitu Seisy Palit, Joel Bolo, Calvin Setia, Janice, Ko Fandy, Ko Dennys, Yudi, dkk yang telah bersama-sama menemani perjuangan studi, sobat presentasi tugas kelompok yang tak terpisahkan, yang telah senantiasa saling memberi support, saling menyemangati dalam menghadapi lika-liku perkuliahan dan mendoakan kelancaran sidang proposal hingga sidang akhir agar dapat lulus bersama. Terima kasih telah berjuang bersama, we made it!
8. Sahabat-sahabat saya yaitu Adriel Edgard, Jason Loardy, Edwin Launardo, Della Velensia, dan Christianto Felix yang tak henti-henti memberikan semangat, tidak lelah mendengar keluh kesah, memberikan hiburan, dorongan serta doa demi kesuksesan penyelesaian kuliah serta penelitian tugas akhir penulis.
9. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyusunan penelitian ini.

Hanya doa yang dapat penulis panjatkan semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas semua kebaikan dan dukungan dari Bapak, Ibu, Saudara, dan teman-teman sekaligus. Semoga penelitian ini bisa bermanfaat terutama bagi diri pribadi penulis serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan topik yang sama. Segala kritik dan saran penelitian ini tentunya akan sangat bermanfaat untuk penyempurnaan selanjutnya.

Surabaya, 16 Desember 2020

Arif Surianggo

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	Error! Bookmark not defined.
FAKULTAS EKONMO DAN BISNIS	Error! Bookmark not defined.
IDENTITAS TIM PENGUJI.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iv
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	
DAFTAR TABEL	
DAFTAR LAMPIRAN	
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
1.2 Batasan Masalah	15
1.3 Masalah Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.5 Manfaat Penelitian	18
1.5.1 Manfaat Teoritis	18
1.5.2 Manfaat Praktis	19
1.6 Sistematika Penulisan.....	19
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	21
2.1 Landasan Teori	21
2.1.1 <i>Behavioral Intentions</i>	21

2.1.2 <i>Customer Satisfaction</i>	23
2.1.3 <i>Access Convenience</i>	25
2.1.4 <i>Search Convenience</i>	27
2.1.5 <i>Evaluation Convenience</i>	28
2.1.6 <i>Attentiveness Convenience</i>	29
2.1.7 <i>Transaction Convenience</i>	31
2.1.8 <i>Possesion Convenience</i>	32
2.1.9 <i>Post-Possesion Convenience</i>	33
2.2 Penelitian Terdahulu	34
2.3 Pengembangan Hipotesis	37
2.3.1 Pengaruh <i>Access Convenience</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	37
2.3.2 Pengaruh <i>Search Convenience</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	38
2.3.3 Pengaruh <i>Evaluation Convenience</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	39
2.3.4 Pengaruh <i>Attentiveness Convenience</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	40
2.3.5 Pengaruh <i>Transaction Convenience</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	41
2.3.6 Pengaruh <i>Possesion Convenience</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	42
2.3.7 Pengaruh <i>Post-possesion Convenience</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	43
2.3.8 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	44
2.4 Model Penelitian	45
2.5 Bagan Alur Berpikir	46
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	48
3.1 Jenis Penelitian dan Jenis Data	48
3.1.1 Jenis Penelitian	48
3.1.2 Jenis Data.....	48
3.2 Populasi dan Sampel	49
3.2.1 Populasi	49

3.2.2 Sampel	50
3.3 Metode Pengumpulan Data	51
3.4 Defenisi Operasional dan Pengukuran Variabel	54
3.5 Metode Analisis Data.....	57
3.5.1 Pengolahan Data	57
3.5.2 Pengujian Hipotesis.....	57
3.5.2.1 Uji Validitas	58
3.5.2.2 Uji Reabilitas	58
3.5.2.3 Uji Asumsi Klasik	59
3.5.2.4 Analisis Linier Regresi Sederhana	62
3.5.2.5 Analisis Linier Regresi Berganda	63
3.5.2.6 Koefisien Korelasi (R).....	65
3.5.2.7 Koefisien Determinasi (R ²).....	65
3.5.2.8 Uji F.....	66
3.5.2.9 Uji T.....	66
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	68
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	68
4.1 Gambaran Umum Tokopedia.....	68
4.2 Analisis Data.....	69
4.2.1. Statistik Deskriptif	69
4.2.1.1 Karakteristik Responden.....	69
4.2.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	70
4.2.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
4.2.1.4 Tanggapan Responden.....	71
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel.....	81
4.2.2.1 Penjelasan Responden terhadap <i>Behavioral Intention</i>	81

4.2.2.2	Penjelasan Responden terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	82
4.2.2.3	Penjelasan Responden terhadap <i>Access Convenience</i>	83
4.2.2.4	Penjelasan Responden terhadap <i>Search Convenience</i>	84
4.2.2.5	Penjelasan Responden terhadap <i>Evaluation Convenience</i>	85
4.2.2.6	Penjelasan Responden terhadap <i>Attentiveness Convenience</i>	87
4.2.2.7	Penjelasan Responden terhadap <i>Transaction Convenience</i>	88
4.2.2.8	Penjelasan Responden terhadap <i>Possesion Convenience</i>	89
4.2.2.9	Penjelasan Responden terhadap <i>Post Possesion Convenience</i>	90
4.2.3	Uji Validitas	92
4.2.4	Uji <i>Reliability</i>	93
4.2.5	Pengujian Asumsi Klasik Regresi	94
4.2.5.1	Uji Normalitas	94
4.2.5.2	Uji Multikolinearitas	96
4.2.5.3	Uji Heterokedastisitas.....	97
4.2.5.4	Uji Linearitas	99
4.3	Metode Analisis Statistik.....	100
4.3.1	Analisis Regresi.....	100
4.3.1.1	Analisis Regresi Sederhana	100
4.3.1.2	Analisis Regresi Berganda.....	100
4.3.2	Analisis Koefisien Korelasi.....	103
4.3.2.1	Analisis Koefisien Korelasi Sederhana	103
4.3.2.2	Analisis Koefisien Korelasi Berganda	103
4.3.3	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	103
4.4	Metode Pengujian Hipotesis	104
4.4.1	Uji Signifikansi Simultan (Uji-F)	104
4.4.2	Uji Signifikansi Parsial (Uji-T)	105

4.5	Pembahasan	109
	DAFTAR PUSTAKA	110



DAFTAR GAMBAR

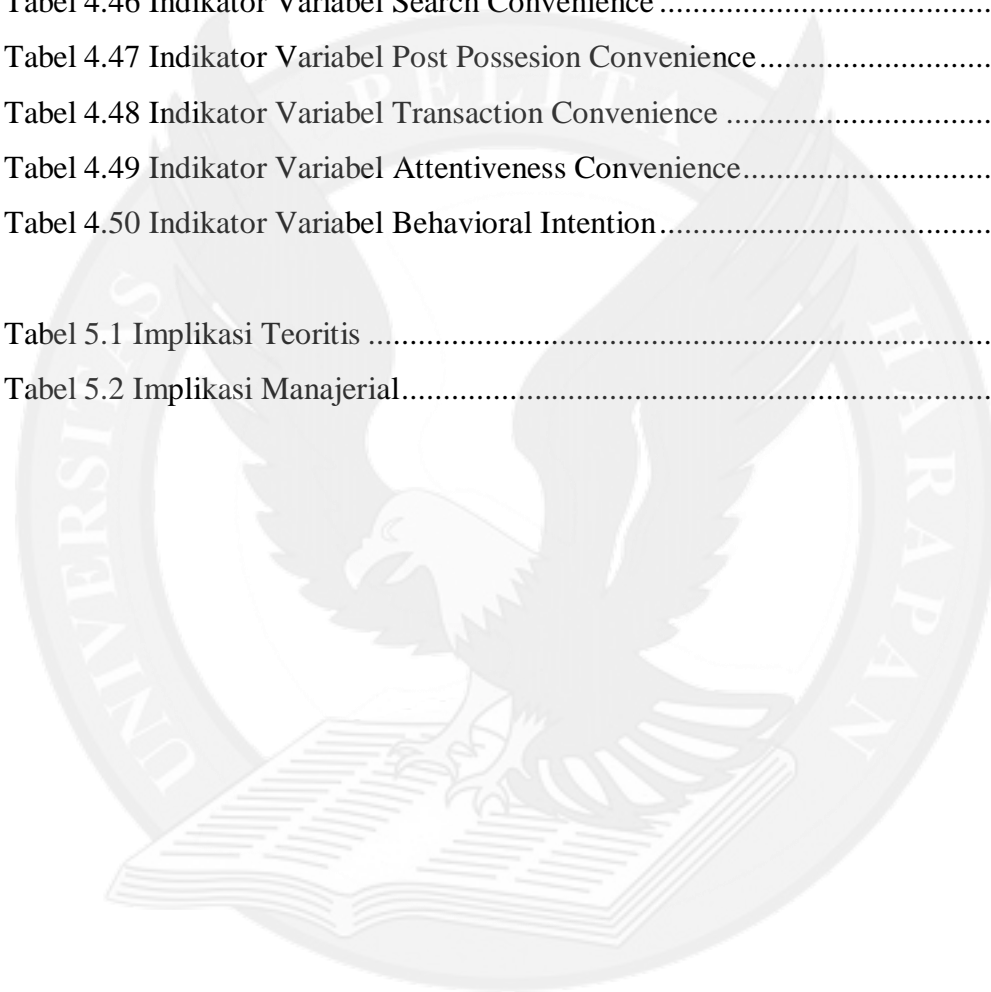
Gambar 1.1 Data pengguna internet di seluruh dunia tahun 2020	2
Gambar 1.2 Tampilan <i>Logo</i> Tokopedia	6
Gambar 1.3 <i>Customer Satisfaction</i> Tokopedia.....	9
Gambar 1.4 <i>Rating</i> Tokopedia	10
Gambar 1.5 <i>Access Convenience</i> Tokopedia	11
Gambar 1.6 <i>Search Convenience</i> Tokopedia	12
Gambar 1.7 <i>Evaluation Convenience</i> Tokopedia.....	13
Gambar 1.8 <i>Attentiveness Convenience</i> Tokopedia.....	13
Gambar 1.9 <i>Transaction Convenience</i> Tokopedia	14
Gambar 1.10 <i>Possesion Convenience</i> Tokopedia.....	15
Gambar 1.11 <i>Post-Possesion Convenience</i> Tokopedia	16
Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	70
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	71
Gambar 4.3 <i>Scatterplot</i> Uji Normalitas <i>Customer Satisfaction</i>	95
Gambar 4.4 <i>Scatterplot</i> Uji Normalitas <i>Behavioral Intention</i>	96
Gambar 4.5 <i>Scatterplot</i> Uji Heterokedastisitas <i>Customer Satisfaction</i>	97
Gambar 4.6 <i>Scatterplot</i> Uji Heterokedastisitas <i>Behavioral Intention</i>	98
Gambar 4.7 Model Penelitian	108

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Lima E-Commerce Terbesar di Indonesia Tahun 2020	7
Tabel 3.1 Lima E-Commerce Terbesar di Indonesia Tahun 2020	52
Tabel 3.2 Lima E-Commerce Terbesar di Indonesia Tahun 2020	55
Tabel 3.3 Rules of Thumb Mengenai Ukuran Koefisien Determinasi	66
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia	70
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	70
Tabel 4.3 Derajat Penilaian Setiap Variabel	71
Tabel 4.4 Tanggapan Responden terhadap Behavioral Intention.....	72
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap Customer Satisfaction	73
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap Access Convenience.....	74
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap Search Convenience	75
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap Evaluation Convenience.....	76
Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap Attentiveness Convenience	77
Tabel 4.10 Tanggapan Responden terhadap Transaction Convenience	78
Tabel 4.11 Tanggapan Responden terhadap Possesion Convenience	79
Tabel 4.12 Tanggapan Responden terhadap Post Possesion Convenience.....	80
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Behavioral Intention	81
Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Customer Satisfaction	82
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Access Convenience	83
Tabel 4.16 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Search Convenience	84
Tabel 4.17 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Evaluation Convenience	86

Tabel 4.18 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Attentiveness Convenience	87
Tabel 4.19 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Transaction Convenience	88
Tabel 4.20 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Possesion Convenience	89
Tabel 4.21 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Post Possesion Convenience	90
Tabel 4.22 Hasil Uji Validitas Variabel Behavioral Intention	92
Tabel 4.23 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	92
Tabel 4.24 Hasil Uji Validitas Variabel Access Convenience	92
Tabel 4.25 Hasil Uji Validitas Variabel Search Convenience	92
Tabel 4.26 Hasil Uji Validitas Variabel Evaluation Convenience	92
Tabel 4.27 Hasil Uji Validitas Variabel Attentiveness Convenience	92
Tabel 4.28 Hasil Uji Validitas Variabel Transaction Convenience	Error!
Bookmark not defined.	
Tabel 4.29 Hasil Uji Validitas Variabel Possesion Convenience.....	Error! Bookmark not defined.
Bookmark not defined.	
Tabel 4.30 Hasil Uji Validitas Variabel Post Possesion Convenience	Error!
Bookmark not defined.	
Tabel 4.31 Uji Reliabilitas	93
Tabel 4.31 Uji Kolmogorov Smirnov (K-S)	94
Tabel 4.33 Nilai Tolerance dan VIF	96
Tabel 4.34 Spearman Test Correlation	98
Tabel 4.35 Hasil Uji Linearitas	98
Tabel 4.36 Hasil Uji Regresi Berganda (CS*BI)	99
Tabel 4.37 Hasil Uji Regresi Berganda (AC, SC, EC, ATC,TC,PC,PPC)	100
Tabel 4.38 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 1 (R^2)	103
Tabel 4.39 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 1 (R^2)	103
Tabel 4.40 Hasil Uji F.....	104

Tabel 4.41 Hasil Uji t.....	105
Tabel 4.42 Indikator Variabel Customer Satisfaction	116
Tabel 4.43 Indikator Variabel Evaluation Convenience.....	117
Tabel 4.44 Indikator Variabel Access Convenience.....	119
Tabel 4.45 Indikator Variabel Possesion Convenience	120
Tabel 4.46 Indikator Variabel Search Convenience	121
Tabel 4.47 Indikator Variabel Post Possesion Convenience.....	122
Tabel 4.48 Indikator Variabel Transaction Convenience	124
Tabel 4.49 Indikator Variabel Attentiveness Convenience.....	126
Tabel 4.50 Indikator Variabel Behavioral Intention.....	127
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis	137
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial.....	143



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: KUISIONER.....	A-Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN B: TABULASI DATA KUESIONER	B-1
LAMPIRAN C: HASIL UJI STATISTIK DESKRIPTIF.....	C-1

