

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan segala kebaikannya, tesis “PENGARUH *WEBSITE DESIGN QUALITY*, *PERCEIVED VALUE*, DAN *E-TRUST* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PADA *E-COMMERCE BEAUTY HAUL*“ dapat diselesaikan. Tesis ini dibuat sebagai salah satu syarat kelulusan program pascasarjana pada Program Studi International Master of Management, Universitas Pelita Harapan. Oleh karena itu, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada :

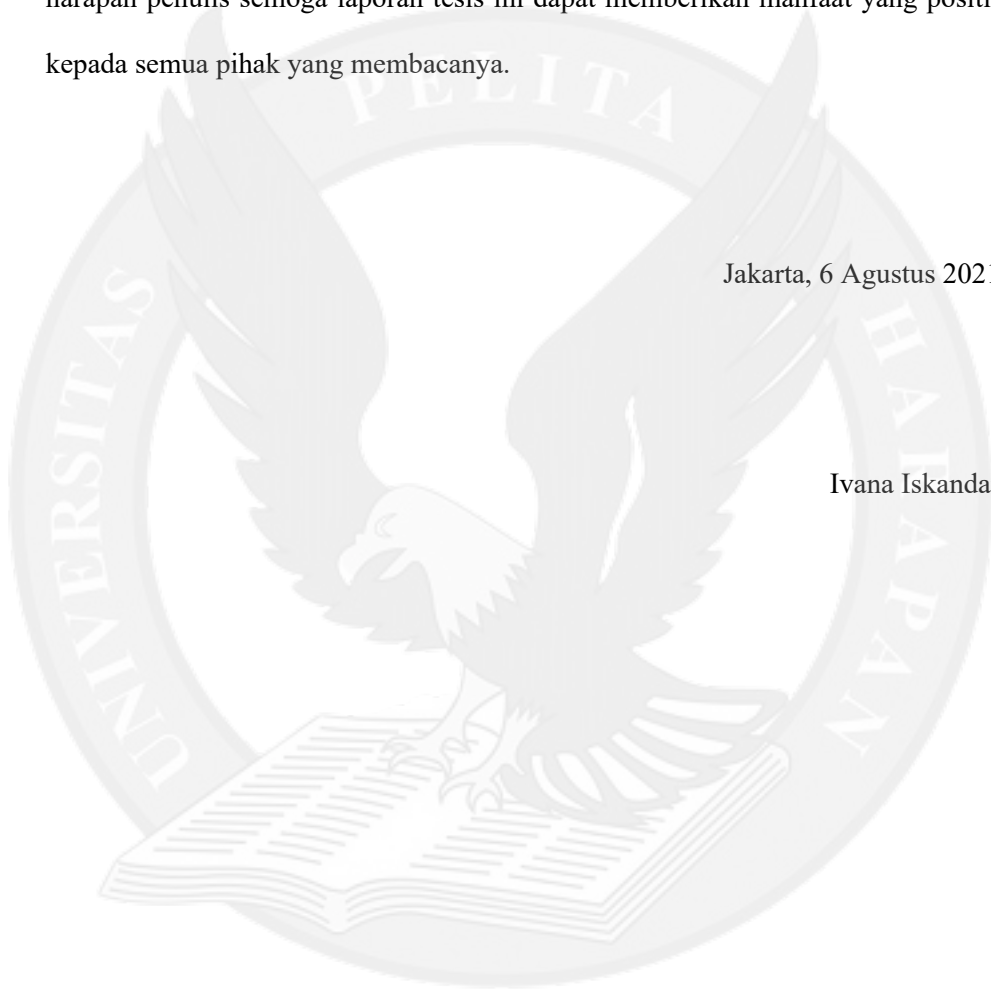
1. Dr. Innocentius Bernarto, S.T., M.M., M.Si. selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen dan Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan waktu, arahan dan ilmu untuk penulis mengerjakan tesis ini
2. Ibu Gracia Shinta Setyadi Ugut, MBA., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Harapan.
3. Segenap dosen, staff, dan teman di masa perkuliahan teruma group IMM1: Della, Chiquita, dan Fauzan atas pengajaran, kebersamaan dan bantuannya selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan
4. Keluarga saya yang selalu memberikan dukungan dalam bentuk apapun sehingga dapat menyelesaikan tesis ini maupun studi pasca sarjana.
5. Filbert Jack Adiutama S.T. atas dukungan, bantuan dan penyemangat selama proses pembuatan tesis dan masa perkuliahan
6. Para responden yang telah meluangkan waktu dan pendapatnya dalam mengisi kuesioner penelitian

7. Terima kasih atas bantuan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu

Akhir kata, penulis menyadari terdapat banyak kekurangan dalam tesis ini. Oleh karena itu, diperlukan segala bentuk kritik dan saran yang membangun. Besar harapan penulis semoga laporan tesis ini dapat memberikan manfaat yang positif kepada semua pihak yang membacanya.

Jakarta, 6 Agustus 2021

Ivana Iskandar

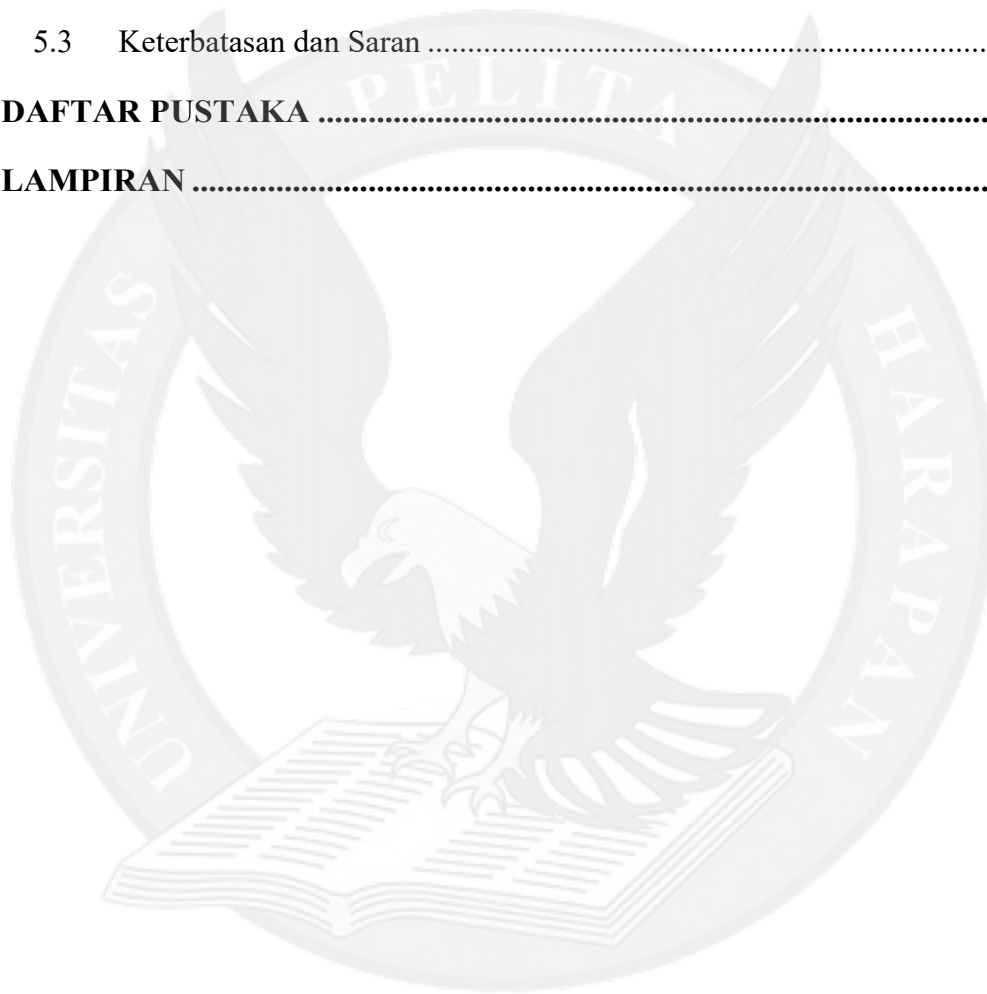


DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	9
1.3.1 Tujuan Penelitian	9
1.3.2 Kegunaan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 <i>Repurchase intention</i>	11
2.2 <i>Website Design Quality</i> (Kualitas Design Website)	13
2.3 <i>Perceived value</i>	14
2.4 <i>E-trust</i>	16
2.5 Pengajuan Hipotesis	18

2.5.1	Pengaruh Positif <i>Website Design Quality</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	18
2.5.2	Pengaruh Positif <i>Perceived Value</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	20
2.5.3	Pengaruh Positif <i>E-Trust</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	21
2.6	Model Penelitian.....	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		23
3.1	Objek Penelitian	23
3.2	Unit Analisis	23
3.3	Tipe Penelitian.....	24
3.4	Operasional Variabel Penelitian	25
3.4.1	Variabel Dependen (Variabel Terikat).....	25
3.4.2	Variabel Independen (Variabel Bebas).....	26
3.5	Populasi dan Sampel.....	30
3.5.1	Penentuan Jumlah Sampel.....	30
3.5.2	Metode Pengambilan Sampel.....	31
3.6	Teknik Pengumpulan Data	31
3.6.1	Skala Pengukuran Variabel.....	32
3.7	Metode Analisis Data	33
3.7.1	Uji Model Pengukuran atau <i>Outer Model</i>	34
3.7.2	Uji Model Struktural atau <i>Inner Model</i>	36
3.8	Pengujian Instrumen Penelitian.....	37
3.8.1	Hasil Uji Instrumen Pendahuluan	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		42
4.1	Hasil Penelitian.....	42
4.1.1	Profil Responden.....	42

4.1.2	Analisis Statistik Deskriptif	44
4.1.3	Analisis Statistik Inferensial	51
4.2	Pembahasan	61
BAB V KESIMPULAN.....		64
5.1	Kesimpulan.....	64
5.2	Implikasi Manajerial.....	64
5.3	Keterbatasan dan Saran	66
DAFTAR PUSTAKA		69
LAMPIRAN		i

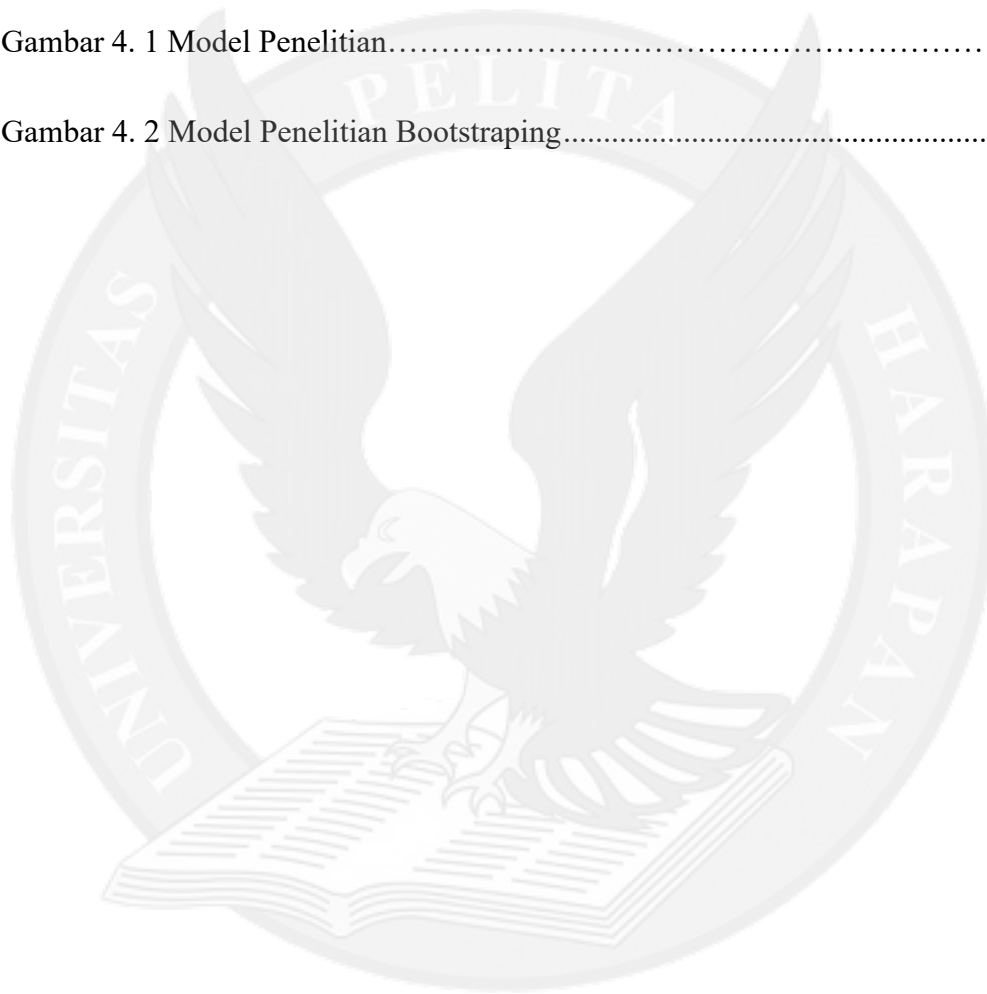


DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Komparasi Beauty E-commerce Indonesia.....	5
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel dan Indikator Penelitian.....	27
Tabel 3. 2 Pengukuran Variabel Penelitian.....	33
Tabel 3. 3 Uji Validasi Konvergen dan Reliabilitas	38
Tabel 3. 4 Uji Validasi Diskriminasi – Fornell- Laccrker	40
Tabel 3. 5 Updated Uji Validasi Diskriminasi – Fornell- Laccrker.....	41
Tabel 4. 1 Profil Responden.....	43
Tabel 4. 2 Kategori berdasarkan nilai rata-rata (mean).....	45
Tabel 4. 3 Analisis statistik deskriptif variabel website design quality	46
Tabel 4. 4 Analisis statistik deskriptif variable perceived value.....	47
Tabel 4. 5 Analisis statistik deskriptif variable e-trust.....	48
Tabel 4. 6 Analisis statistik deskriptif variabel repurchase intention	50
Tabel 4. 7 Hasil Pengujian Validitas Loading Factor dan AVE	52
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validasi Diskriminan/Fornel-Locker.....	54
Tabel 4. 9 Hasil Pengujian Reliabilitas	55
Tabel 4. 10 Hasil Uji Koefisien Determinan (R2)	57
Tabel 4. 11 Hasil Uji Effect Size (f2)	58
Tabel 4. 12 Hasil Uji Inner VIF	60
Tabel 4. 13 Nilai Path Coefficient dan p-values	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Sepuluh Negara dengan Pertumbuhan E-Commerce Tercepat.....	2
Gambar 1. 2 Jumlah Pengunjung Website beautyhaulofficial.com.....	7
Gambar 2. 1 Model Kerangka Penelitian	22
Gambar 4. 1 Model Penelitian.....	52
Gambar 4. 2 Model Penelitian Bootstrapping.....	60



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER.....	i
LAMPIRAN 2 DATA 191 RESPONDEN.....	viii
LAMPIRAN 3 UJI TURNITIN	xii

