

DAFTAR ISI

PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR	
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	
ABSTRAK	V
KATA PENGANTAR.....	VI
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR GAMBAR.....	XIII
DAFTAR TABEL.....	XIV
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	11
1.3. Tujuan Penelitian	12
1.4. Kontribusi Penelitian	13
1.5. Ruang Lingkup Peneltian.....	14
1.6. Sistematika Penelitian.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1. Theory of Planned Behavior	16
2.2. Customer Loyalty.....	18
2.3. Customer Satisfaction	22
2.4. E-Service Quality	24
2.5. Perceived Value	27
2.6. Pengembangan Hipotesis	29
2.6.1. Hubungan E-Service Quality dengan Customer Satisfaction	29
2.6.2. Hubungan Perceived Value dengan Customer Satisfaction.....	31
2.6.3. Hubungan Customer Satisfaction dengan Customer Loyalty	31

2.6.4.	Hubungan E-Service Quality dengan Customer Loyalty	32
2.6.5.	Hubungan Perceived Value dengan Customer Loyalty	33
2.6.6.	Hubungan E-Service Quality dengan Customer Loyalty melalui Customer Satisfaction	34
2.6.7.	Hubungan Perceived Value dengan Customer Loyalty melalui Customer Satisfaction	35
2.7.	Kerangka Konseptual Model.....	36
BAB III METODE PENELITIAN		37
3.1.	Paradigma Penelitian.....	37
3.2.	Jenis Penelitian.....	38
3.3.	Unit Analisis.....	38
3.4.	Pengukuran Variabel	39
3.5.	Definisi Konseptual dan Operational Variabel	40
3.6.	Skala Pengukuran.....	47
3.7.	Metode Pengumpulan Data	48
3.8.	Teknik Pembuatan Kuesioner	49
3.9.	Populasi dan Sampel	51
3.10.	Teknik Pengambilan Sampel.....	52
3.11.	Penentuan Jumlah Sampel.....	52
3.12.	Teknik Analisis Data.....	53
3.12.1	Statistik Deskriptif	53
3.12.2.	Statistik Inferensial.....	54
3.13.	Partial Least Square – Sturctural Equation Model (PLS- SEM).....	55
3.14.	Evaluasi Model.....	56
3.14.1.	Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	56
3.14.2.	Evaluasi Model Struktural (Inner Model)	56
3.15.	Studi Pendahuluan.....	57
3.15.1.	Uji Reliabilitas	57
3.15.2.	Uji Validitas	58
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		61
4.1.	Profil Responden.....	61

4.1.1. Jenis Kelamin	62
4.1.2. Usia	62
4.1.3. Pendidikan Terakhir	63
4.1.4. Rata-rata penghasilan bulanan	64
4.1.5. Domisili.....	64
4.2. Hasil Statistik Deskriptif	65
4.2.1. E-Service Quality	65
4.2.2. Perceived Value	68
4.2.3. Customer Loyalty	70
4.2.4. Customer Sastisfaction.....	72
4.3. Hasil Penelitian dengan Uji Statistik Inferensial	74
4.3.1. Hasil Pengujian Model Pengukuran (Outer Model).....	74
4.3.2. Hasil Pengujian Model Struktural (Inner Model).....	80
4.4. Pembahasan.....	85
4.4.1. Pengaruh E-Service Quality terhadap Customer Satisfaction	86
4.4.2. Pengaruh Perceived Value terhadap Customer Satisfaction	87
4.4.3. Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty	88
4.4.4. Pengaruh E-Service Quality terhadap Customer Loyalty”.....	89
4.4.5. Pengaruh Perceived Value terhadap Customer Loyalty	90
4.4.6. Pengaruh E-Service Quality terhadap Customer Loyalty melalui Customer Satisfaction	91
4.4.7. Pengaruh Perceived Value terhadap Customer Loyalty melalui Customer Satisfaction	92
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	94
5.1. Kesimpulan	94
5.2. Implikasi Manajerial	95
5.3. Keterbatasan Penelitian	102
5.4. Saran.....	103
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN.....	112

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Mobile Internet Use periode Januari 2021	1
Gambar 1.2 Pendapatan E-Commerce Ritel periode 2016-2022	3
Gambar 1.3 Headline Berita yang dirilis Katadata.co.id.....	5
Gambar 1.4 Headline Berita yang dirilis oleh Detik Finance	5
Gambar 1.5 Grafik Pengunjung Web Bulanan.....	7
Gambar 2.1 Flowchart Theory of Planned Behaviour	17
Gambar 2.2 Model Penelitian	36
Gambar 3.1 Model Penelitian	40
Gambar 4.1 PLS Algorithm Path Model.....	82
Gambar 4.2. Model Hasil Pengujian Bootstrapping	85

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top 5 Peringkat E-Commerce di Indonesia Periode 2018-2020.....	4
Tabel 1.2 Top 5 Peringkat E-Commerce di Indonesia Periode 2018-2021.....	4
Tabel 1.3 Pentingnya Loyalitas Pelanggan dalam perspektif industri E-commerce	8
Tabel 3.1 Definisi Konseptual dan Operational Variabel	40
Tabel 3.2 Nilai Point yang digunakan dalam penelitian	48
Tabel 3.3 Nilai Rentang dan Kategori.....	54
Tabel 3.4 Uji Construct Reliability Studi Pendahuluan	58
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Konvergen Studi Pendahuluan - Outer Loading	59
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	62
Tabel 4.3 Profil Responen Berdasarkan Pendidikan Terakhir	63
Tabel 4.4 Profil Responen Berdasarkan Rata-rata Penghasilan	64
Tabel 4.5. Profil Responen Berdasarkan Domisili	65
Tabel 4.6. Statistik Deskriptif E-Service Quality	65
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Perceived Value	68
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Customer Loyalty	70
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Customer Satisfaction	72
Tabel 4.10 Composite Reliability.....	74
Tabel 4.11 Hasil Uji Cronbach's Alpha.....	75
Tabel 4.12. Hasil Uji Validitas Konvergen Loading Factor.....	75
Tabel 4.13. Hasil Uji Validitas Konvergen Loading Factor.....	75

Tabel 4.14. Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE)	79
Tabel 4.15. Hasil Uji Fornell-Larcker Criterion	79
Tabel 4.16 Collinearity Statistics (VIF)	80
Tabel 4.17 Hasil Uji R-Square	81
Tabel 4.18 Bootstrapping PLS SEM Direct Effects	83
Tabel 4.19 Bootstrapping PLS SEM Indirect Effects	83

