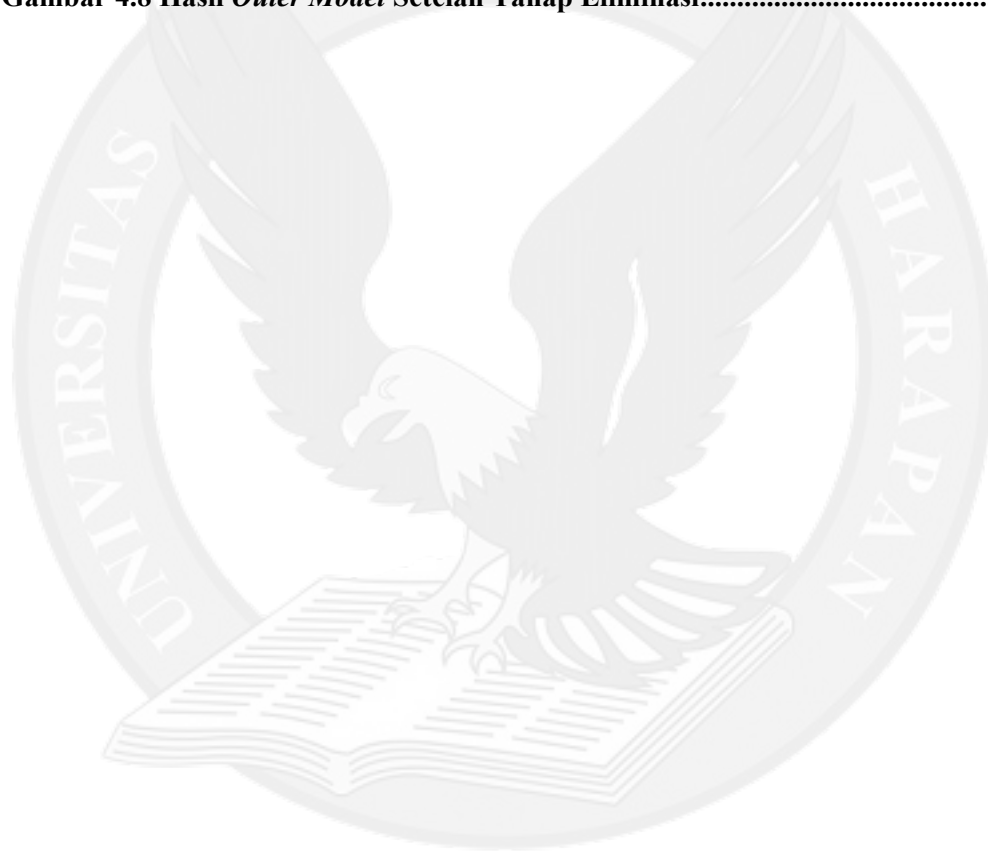


DAFTAR ISI

HALAMAN KAVER	
FORM PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	
FORM SIDANG TUGAS AKHIR	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Pertanyaan Penelitian	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.6 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN LITERATUR.....	10
2.1 Latar Belakang Teori	11
2.2 Hubungan Antar Variabel	15
2.3 Konseptual Model Penelitian	21
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1 Paradigma Penelitian.....	22
3.2 Tipe penelitian.....	23
3.3 Desain Penelitian.....	23
3.4 Objek Penelitian	24
3.5 Subjek Penelitian.....	24
3.6 Unit Analisis	25
3.7 Tipe penelitian.....	25
3.8 Pengukuran Variabel.....	25
3.9 Skala Pengukuran Variabel.....	27
3.10 Tabel Definisi Konseptual dan Operasional (DKDO)	27
3.11 Metode Pengumpulan Data	32
3.12 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.13 Populasi dan Sampel	33
3.14 Metode Analisis Data.....	34
3.15 Hasil Pengujian Pre-Test.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Profil Demografi Responden.....	50
4.2 Profil Perilaku Responden	54
4.3 Statistik Deskriptif	58
4.4 Statistik Inferensial	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	90
5.1 Kesimpulan	90
5.2 Implikasi Teoritis	94
5.3 Implikasi Manajerial	98
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	101
5.5 Saran Penelitian.....	102
DAFTAR PUSTAKA	
HALAMAN LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Daftar Perusahaan E-Commerce dengan Aduan Konsumen Terbanyak, 2021.....	4
Gambar 2.1 Konseptual Model Penelitian.....	21
Gambar 3.1: Gambar <i>Outer Model</i> setelah eliminasi.....	39
Gambar 3.2: Gambar <i>model penelitian</i> untuk actual	49
Gambar 4.1 <i>Chart</i> Perilaku Responden	54
Gambar 4.2 <i>Chart</i> Perilaku Responden	55
Gambar 4.3 <i>Chart</i> Perilaku Responden	56
Gambar 4.4 <i>Chart</i> Perilaku Responden	56
Gambar 4.5 <i>Chart</i> Perilaku Responden	57
Gambar 4.6 Hasil <i>Outer Model</i>	71
Gambar 4.8 Hasil <i>Outer Model</i> Setelah Tahap Eliminasi.....	81



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Persentase Usaha e-commerce di Indonesia Berdasarkan Tahun Mulai Usaha dan Pendapatannya (2017-2020).....	1
Tabel 1.2 Persaingan Antar Lima E-commerce Terbesar di Indonesia (2018-2021)..	3
Tabel 3.1 Definisi Konseptual dan Operasional (DKDO)	27
Tabel 3.2 Tabel Reliabilitas Indikator	40
Tabel 3.3 Tabel Reliabilitas Indikator (setelah eliminasi).....	41
Tabel 3.4 Reliabilitas Variabel (<i>High Order Construct</i>).....	42
Tabel 3.5 Reliabilitas Variabel (<i>Lower Order Construct</i>)	43
Tabel 3.6 Reliabilitas Variabel (Konstruk).....	44
Tabel 3.7 Validitas Variabel (<i>High Order Construct</i>).....	45
Tabel 3.8 Validitas Variabel (<i>Lower Order Construct</i>).....	45
Tabel 3.9 Validitas Variabel (Konstruk).....	46
Tabel 3.10 <i>Heterotrait-Monotrait (HTMT) Ratio</i>	47
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	51
Tabel 4.2 Usia Responden	51
Tabel 4.3 Jenis Pekerjaan Responden.....	51
Tabel 4.4 Status Responden	52
Tabel 4.5 Tingkat Pendapatan / Uang Saku Responden dalam 1 Bulan	52
Tabel 4.6 Lokasi Tempat Tinggal Responden	53
Tabel 4.7 Kategori Jawaban Responden.....	58
Tabel 4.8 Tabel Deskriptif Variabel Penelitian (<i>E-Commerce Innovation</i>)	59
Tabel 4.9 Tabel Deskriptif Variabel Penelitian (<i>E-Service Quality</i>).....	60
Tabel 4.10 Tabel Deskriptif Variabel Penelitian (<i>Customer Satisfaction</i>).....	68
Tabel 4.11 Tabel Deskriptif Variabel Penelitian (<i>Customer Loyalty</i>).....	69
Tabel 4.12 Reliabilitas Indikator (sebelum eliminasi)	71
Tabel 4.13 Tabel Reliabilitas Indikator (setelah eliminasi).....	73
Tabel 4.14 <i>Outer Loading Higher Order Construct (HOC)</i>	74
Tabel 4.15 <i>Construct Reliability High Order (HOC)</i>	75
Tabel 4.16 <i>Reliability Lower Order Construct (LOC)</i>	76
Tabel 4.17 Reliabilitas Variabel.....	77
Tabel 4.18 Validitas Variabel (<i>High Order Construct</i>).....	78
Tabel 4.19 <i>AVE Lower Order Construct (LOC)</i>	78
Tabel 4.20 <i>Average Variance Extracted Construct</i>	79
Tabel 4.21 Tabel <i>Heterotrait-Monotrait (HTMT)</i>	80
Tabel 4.22 <i>Inner VIF Values</i>	82
Tabel 4.23 Hasil Nilai <i>R Square</i>	83
Tabel 4.24 Nilai <i>F-Square</i> dan <i>T-Statistics</i>	83
Tabel 4.25 Nilai <i>Predictive Relevance (Q² dan Q² Predict)</i>	84
Tabel 4.26 Uji Hipotesis (<i>Direct Effect</i>).....	85
Tabel 4.27 Uji Hipotesis Analisa Mediasi (<i>Indirect Effect</i>).....	88