

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Masalah Penelitian.....	9
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	15
1.6 Kontribusi Penelitian.....	15
1.7 Garis Besar Penelitian.....	17
<b>BAB 2 LANDASAN TEORI.....</b>	<b>19</b>
2.1 Citra Merek.....	19
2.2 Iklan.....	21
2.3 Kualitas Layanan.....	22
2.4 Pengalaman Konsumen.....	23
2.5 Niat Pembelian Ulang.....	24
2.6 Electronic Word of Mouth (E-WOM).....	25
2.7 Hubungan Citra Merek terhadap Pengalaman Konsumen.....	26
2.8 Hubungan Iklan terhadap Pengalaman Konsumen.....	26
2.9 Hubungan Kualitas Layanan terhadap Pengalaman Konsumen.....	27

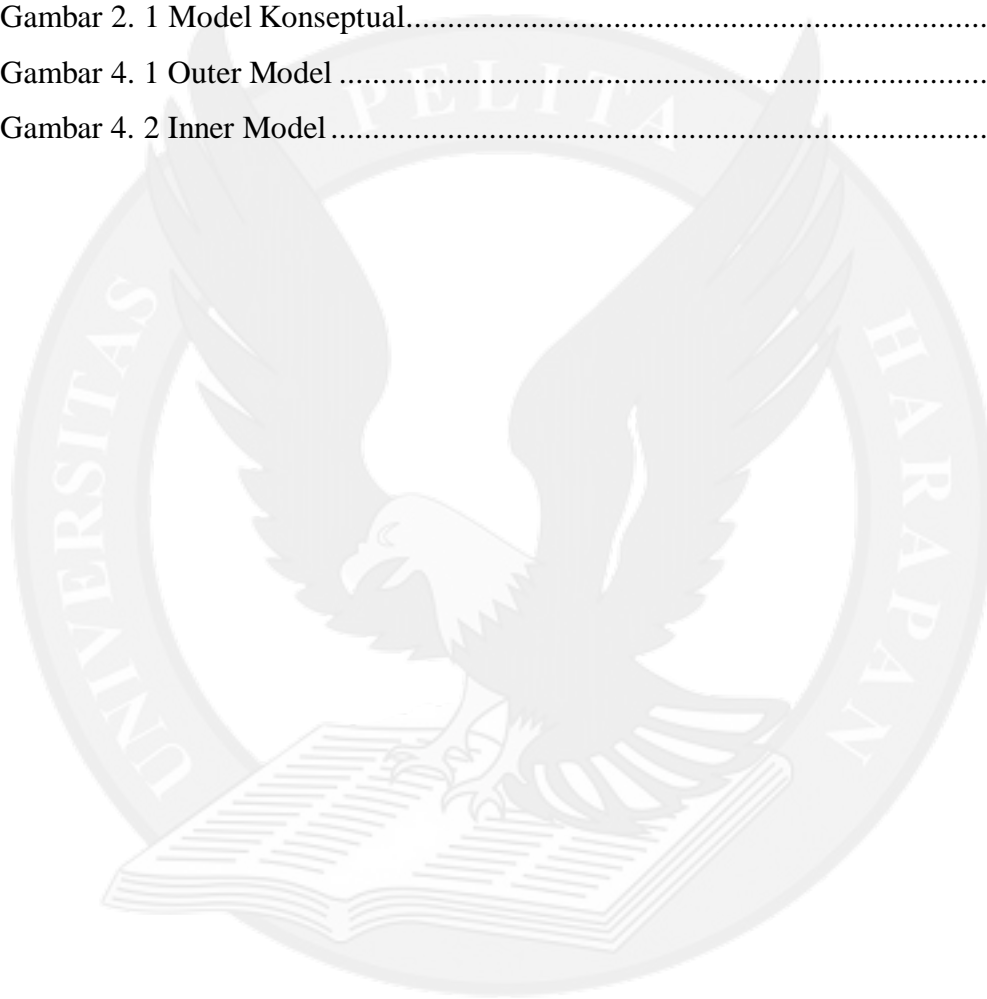
2.10	Hubungan Pengalaman Konsumen terhadap Niat Pembelian Ulang.....	28
2.11	Hubungan Pengalaman Konsumen terhadap E-WOM .....	29
2.12	Hubungan Pengalaman Konsumen yang memediasi Citra Merek, Iklan, dan Kualitas Layanan terhadap Niat Pembelian Ulang .....	30
2.13	Hubungan Pengalaman Konsumen yang memediasi Citra Merek, Iklan, dan Kualitas Layanan terhadap E-WOM.....	31
2.14	Model Konseptual.....	33
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>		<b>34</b>
3.1	Paradigma Penelitian .....	34
3.2	Metode Penelitian Kuantitatif.....	36
3.3	Desain Penelitian .....	37
3.4	Objek Penelitian .....	38
3.5	Unit Analisis.....	39
3.6	Pengukuran Variabel.....	41
3.7	Definisi Konseptual dan Definisi Operasional .....	42
3.8	Pengukuran Skala .....	45
3.9	Metode Pengumpulan Data .....	48
3.10	Etika dalam Pengumpulan Data .....	49
3.11	Sampling .....	51
3.12	Ukuran Sample .....	54
3.13	Metode dalam Analisis Data .....	55
3.13.1	Structural Equation Model (SEM).....	55
3.13.2	Partial Least Square (PLS).....	57
3.13.3	Statistik Deskriptif.....	58
3.13.4	Statistik Inferensial .....	59
3.14	Godness of the Data.....	60

3.15	Preliminary Test .....	65
3.15.1	Hasil dari Preliminary-test Construct Reliability and Validity .....	65
3.15.1.1	Hasil dari Preliminary-test Validitas Konvergen.....	65
3.15.1.2	Hasil dari Preliminary Test Reliability .....	67
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>69</b>
4.1	Profil Responden .....	69
4.1.1	Jenis Kelamin .....	70
4.1.2	Usia.....	71
4.1.3	Tingkat Pendidikan Terakhir.....	71
4.1.4	Pekerjaan.....	72
4.1.5	Wilayah Domisili.....	73
4.1.6	Dalam jangka waktu 6 bulan, seberapa sering Anda melakukan transaksi pada toko online Shopee?.....	74
4.1.7	Dalam jangka waktu 6 bulan, seberapa besar pengeluaran Anda dalam melakukan transaksi pada toko online Shopee? .....	75
4.1.8	Produk Apa Yang Paling Sering Anda Beli Pada toko online Shopee? 76	
4.2	Uji Aktual.....	77
4.2.1	Statistik Deskriptif.....	78
4.2.2	Statistik Inferensial .....	80
4.2.2.1	Validitas Konvergen – Uji Aktual (I).....	81
4.2.2.2	Validitas Diskriminan – Uji Aktual (I).....	83
4.2.2.3	Validitas Konvergen – Uji Aktual (Final) .....	83
4.2.2.4	Validitas Diskriminan – Uji Aktual (Final) .....	85
4.2.2.5	Common Method Bias – Uji Aktual (Final) .....	87
4.2.2.6	Collinearity (VIF) – Uji Aktual (Final).....	88

4.2.2.7	Reliabilitas – Uji Aktual (Final).....	90
4.2.2.8	Hasil Reliabilitas (Cronbach’s Alpha) – Uji Aktual (Final).....	90
4.2.2.9	Hasil Reliabilitas (Composite Reliability) – Uji Aktual (Final) ..	91
4.2.2.10	Outer Model .....	92
4.2.2.11	Hasil Uji R2.....	93
4.2.2.12	Hasil Uji Q2 .....	94
4.2.2.13	Model Fit.....	95
4.2.2.14	Uji Hipotesis.....	97
4.2.2.15	Inner Model.....	104
4.3	Pembahasan.....	104
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>111</b>
5.1	Kesimpulan.....	111
5.2	Implikasi Teoritis .....	119
5.3	Implikasi Manajerial .....	122
5.4	Batasan Penelitian.....	132
5.5	Rekomendasi untuk Peneliti Selanjutnya.....	133
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>135</b>

## DAFTAR GAMBAR

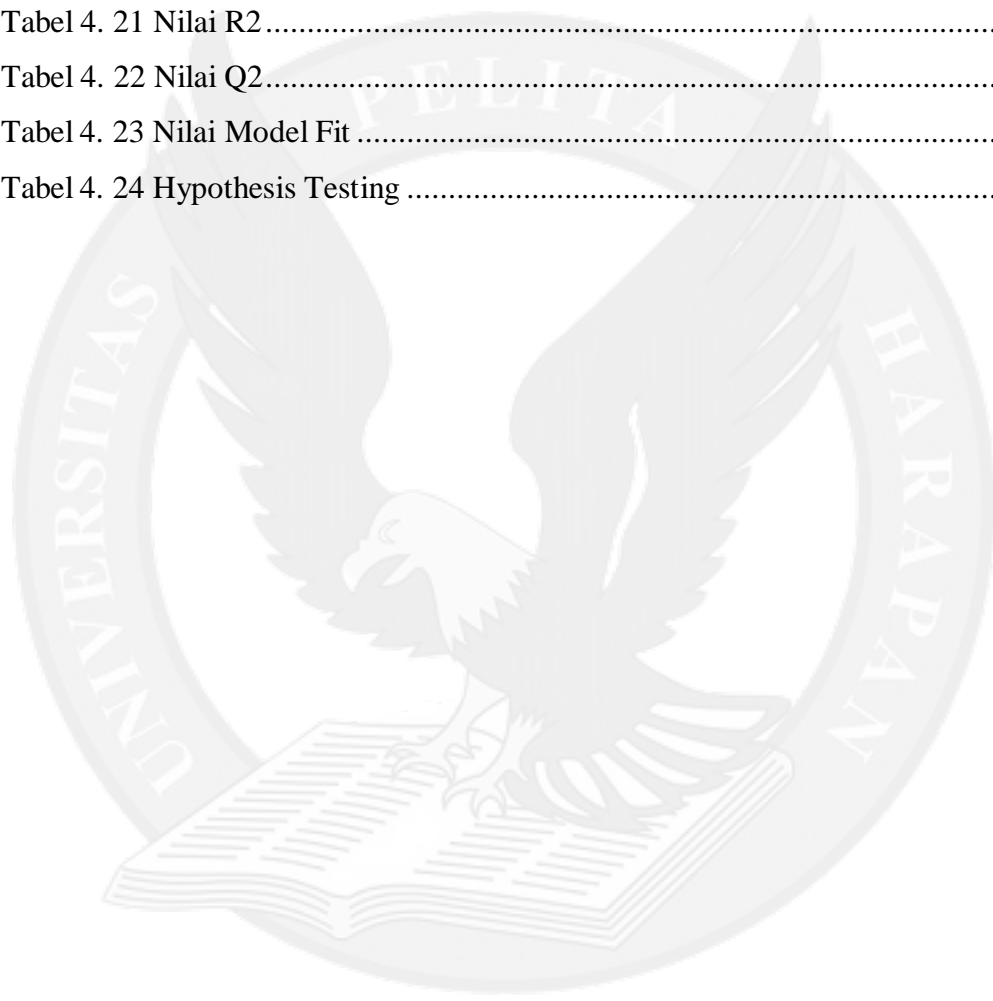
Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (2018-2022) .....	3
Gambar 1. 2 Nilai Transaksi E-commerce di Indonesia (2018-2022) .....	5
Gambar 1. 3 Pengguna Shopee mengeluhkan masalah saat <i>top-up</i> .....	11
Gambar 1. 4 Pengguna Shopee mengeluhkan masalah pembayaran .....	11
Gambar 2. 1 Model Konseptual.....	33
Gambar 4. 1 Outer Model .....	92
Gambar 4. 2 Inner Model .....	104



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Peta Persaingan E-commerce di Indonesia Kuartal I 2022.....	7
Tabel 1. 2 Peta Persaingan E-commerce Shopee dan Tokopedia.....	9
Tabel 3. 1 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional.....	42
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	48
Tabel 3. 3 Rule of Thumb untuk penelitian ini.....	62
Tabel 3. 4 Hasil dari Pengujian Validitas Konvergen (Outer Loadings) dengan Rule of Thumb $> 0.7$ .....	66
Tabel 3. 5 Hasil dari Pengujian Validitas Konvergen (AVE) dengan Rule of Thumb $> 0.5$ .....	67
Tabel 3. 6 Hasil dari Pengujian Reliabilitas Cronbach's dan Composite Reliability Preliminary test.....	68
Tabel 4. 1 Persentase Jenis Kelamin Responden.....	70
Tabel 4. 2 Persentase Usia Responden.....	71
Tabel 4. 3 Persentase Tingkat Pendidikan Terakhir Responden.....	72
Tabel 4. 4 Persentase Pekerjaan Responden.....	73
Tabel 4. 5 Persentase Wilayah Domisili Responden.....	74
Tabel 4. 6 Persentase Seberapa Sering Responden Melakukan Transaksi Pada Toko Online Shopee Dalam Jangka Waktu 6 Bulan.....	75
Tabel 4. 7 Persentase Seberapa Besar Pengeluaran Responden Dalam Melakukan Transaksi Pada Toko Online Shopee Dalam Jangka Waktu 6 Bulan.....	76
Tabel 4. 8 Persentase Produk Yang Paling Sering Responden Beli Pada Toko Online Shopee.....	77
Tabel 4. 9 Statistik Deskriptif.....	78
Tabel 4. 10 Validitas Konvergen – Outer Loading $>0.70$ Uji Aktual (I).....	81
Tabel 4. 11 Validitas Konvergen – AVE $> 0.50$ Uji Aktual (I).....	82
Tabel 4. 12 Validitas Diskriminan – HTMT $< 0.90$ Uji Aktual (I).....	83
Tabel 4. 13 Validasi Konvergen – Outer Loading $> 0.70$ Uji Aktual (Final).....	84
Tabel 4. 14 Validasi Konvergen – AVE $> 0.50$ Uji Aktual (Final).....	85
Tabel 4. 15 Validitas Diskriminan – HTMT $< 0.90$ Uji Aktual (Final).....	86

Tabel 4. 16 Validitas Diskriminan – HTMT < 0.90 melalui perhitungan bootstrapping pada Uji Aktual (Final) .....	86
Tabel 4. 17 Collinearity (VIF) – Outer VIF Value <5 Uji Aktual (Final).....	88
Tabel 4. 18 Collinearity (VIF) – Inner VIF Value <3 Uji Aktual (Final) .....	89
Tabel 4. 19 Reliabilitas Cronbach’s Alpha 0.60 – 0.90 Uji Aktual (Final).....	91
Tabel 4. 20 Reliabilitas Composite Reliability >0.70 – Uji Aktual (Final).....	91
Tabel 4. 21 Nilai R2.....	93
Tabel 4. 22 Nilai Q2.....	95
Tabel 4. 23 Nilai Model Fit .....	96
Tabel 4. 24 Hypothesis Testing .....	97



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A KUESIONER.....	144
LAMPIRAN B TAHAPAN DROP INDIKATOR PADA OUTER LOADING	152
LAMPIRAN C TAHAPAN DROP INDIKATOR PADA AVE .....	158

