

## DAFTAR ISI

THESIS .....	i
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR .....	iii
PERSETUJUAN TIM UJI TUGAS AKHIR .....	iv
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xiv
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Batasan Masalah .....	15
1.3 Rumusan Masalah.....	16
1.4 Tujuan Penelitian .....	17
1.5 Manfaat Penelitian .....	18
1.5.1 Manfaat Teoritis .....	18
1.5.2 Manfaat Praktis.....	18
1.6 Sistematika Penulisan .....	19
BAB II.....	21
TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	21
2.1 Landasan Teori .....	21
2.1.1 Electronic Satisfaction.....	21
2.1.2 Electronic Loyalty .....	22
2.1.3 Efficiency .....	23
2.1.4 Order Management System.....	25
2.1.5 Customer Service .....	27
2.1.6 Personalization.....	28
2.1.7 <i>Trust</i> .....	30
2.1.8 Product Description .....	32
2.1.9 Product Presentation.....	33

2.1.10	Entertainment Value .....	34
2.1.11	Application Appearance .....	36
2.2	Penelitian Terdahulu .....	37
2.3	Pengembangan Hipotesis .....	39
2.3.1	Pengaruh Efficiency Terhadap Electronic Satisfaction .....	39
2.3.2	Pengaruh Order Management Terhadap Electronic Satisfaction.....	40
2.3.3	Pengaruh Customer Service Terhadap Electronic Satisfaction .....	40
2.3.4	Pengaruh Personalization Terhadap Electronic Satisfaction .....	41
2.3.5	Pengaruh Trust Terhadap Electronic Satisfaction .....	42
2.3.6	Pengaruh Product Description Terhadap Electronic Satisfaction.....	42
2.3.7	Pengaruh Product Presentation Terhadap Electronic Satisfaction ...	43
2.3.8	Pengaruh Entertainment Value Terhadap Electronic Satisfaction....	44
2.3.9	Pengaruh Application Appearance Terhadap Electronic Satisfaction.....	45
2.3.10	Pengaruh <i>Electronic Satisfaction</i> Terhadap <i>Electronic Loyalty</i> .....	45
2.4	Model Penelitian .....	46
2.5	Bagan Alur berpikir .....	47
BAB III.....		49
METODOLOGI PENELITIAN .....		49
3.1	Jenis Penelitian .....	49
3.2	Populasi dan Sampel.....	49
3.2.1	Populasi .....	49
3.2.2	Sampel .....	50
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	51
3.4	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	56
3.5	Metode Analisis Data.....	57
3.5.1	Pengolahan Data.....	57
3.5.2	Pengujian Hipotesis .....	58
BAB IV .....		69
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		69
4.1	Gambaran Umum.....	69

4.2	Analisis Data.....	70
4.2.1	Statistik Deskriptif.....	70
4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel.....	84
4.2.3	Uji Validitas .....	101
4.2.4	Uji Reliabilitas.....	103
4.2.5	Uji Asumsi Klasik .....	103
4.3	Metode Analisis Statistik.....	108
4.3.1	Analisis Regresi.....	108
4.3.2	Uji F.....	116
4.3.3	Uji T .....	117
4.4	Pembahasan .....	120
BAB V.....		150
KONKLUSI, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI.....		150
5.1	Kesimpulan .....	150
5.1.1	Simpulan Atas Hipotesis .....	150
5.1.2	Simpulan Atas Masalah Penelitian.....	157
5.2	Implikasi .....	159
5.2.1	Implikasi Teoritis.....	159
5.2.2	Implikasi Manajerial.....	161
5.3	Rekomendasi.....	170
DAFTAR PUSTAKA.....		172
LAMPIRAN A: KUESIONER KONSUMEN ZALORA DI SURABAYA .....		190
LAMPIRAN B: TABULASI DATA KUESIONER.....		195
LAMPIRAN C: HASIL PENGOLAHAN DATA STATISTIK DESKRIPTIF. 216		
LAMPIRAN D: HASIL TURNITIN.....		245

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produk Paling Banyak Dibeli di <i>E-Commerce</i> .....	2
Gambar 1.2 Pengunjung Situs Web Bulanan E-Commerce Fesyen.....	3
Gambar 1.3 Singles Day Zalora .....	5
Gambar 1.4 Platform Zalora.....	6
Gambar 1.5 Proses Checkout Zalora.....	7
Gambar 1.6 Zalora Customer Service .....	8
Gambar 1.7 Penawaran Produk dari Zalora .....	8
Gambar 1.8 Metode Pembayaran dan Sistem Keamanan Zalora .....	9
Gambar 1.9 Deskripsi Produk Zalora.....	10
Gambar 1.10 Tampilan Zalora .....	10
Gambar 1.11 Entertainment Value Zalora.....	11
Gambar 1.12 Tampilan Aplikasi Zalora.....	12
Gambar 1.13 Rating Zalora .....	12
Gambar 1.14 Promo Zalora .....	13
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	46
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas .....	104
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas .....	105
Gambar 4.3 <i>Scatterplot</i> Uji Heterokedastisitas <i>E-Satisfaction</i> .....	107
Gambar 4.4 <i>Scatterplot</i> Uji Heterokedastisitas <i>E-Loyalty</i> .....	107
Gambar 4.5 Model Penelitian Lengkap .....	117

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>E-commerce</i> Fashion Terpopuler di Indonesia kuartal I 2023 .....	4
Tabel 3.1 Desain Inti Kuesioner .....	53
Tabel 3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	56
Tabel 3.3 Rules of Thumb Mengenai Ukuran Koefisien Determinasi .....	67
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Jenis kelamin .....	71
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	72
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....	72
Tabel 4.4 Derajat Penilaian Variabel.....	73
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Efficiency</i> .....	74
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Order Management</i> .....	75
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Customer Service</i> .....	76
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Personalization</i> .....	77
Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Trust</i> .....	78
Tabel 4.10 Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Product Description</i> .....	79
Tabel 4.11 Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Product Presentation</i> ...	80
Tabel 4.12 Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Entertainment Value</i> .....	81
Tabel 4.13 Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Application Appearance</i> .....	82
Tabel 4.14 Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>E-satisfaction</i> .....	82
Tabel 4.15 Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>E-loyalty</i> .....	83
Tabel 4.16 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Efficiency</i> .....	84
Tabel 4.17 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Order management</i>	86
Tabel 4.18 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Customer Service</i> .....	87
Tabel 4.19 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Personalization</i> .....	89
Tabel 4.20 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Trust</i> .....	90
Tabel 4.21 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Product Description</i> .....	92
Tabel 4.22 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Product Presentation</i> .....	94
Tabel 4.23 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Entertainment Value</i> .....	95

Tabel 4.24 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Application Appearance</i> .....	97
Tabel 4.25 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>E-satisfaction</i> .....	98
Tabel 4.26 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>E-Loyalty</i> .....	100
Tabel 4.27 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Efficiency</i> .....	101
Tabel 4.28 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Order Management</i> .....	101
Tabel 4.29 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Service</i> .....	101
Tabel 4.30 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Personalization</i> .....	101
Tabel 4.31 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Trust</i> .....	102
Tabel 4.32 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Product Description</i> .....	102
Tabel 4.33 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Product Presentation</i> .....	102
Tabel 4.34 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Entertainment Value</i> .....	102
Tabel 4.35 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Application Appearance</i> .....	102
Tabel 4.36 Hasil Uji Validitas Variabel <i>E-satisfaction</i> .....	102
Tabel 4.37 Hasil Uji Validitas Variabel <i>E-loyalty</i> .....	102
Tabel 4.38 Hasil Uji Reliabilitas .....	103
Tabel 4.39 Hasil Uji Normalitas.....	103
Tabel 4.40 Hasil Uji Multikolinieritas.....	105
Tabel 4.41 Hasil Uji Linieritas .....	108
Tabel 4.42 Hasil Uji Regresi Linier Berganda (EFF, OM, CS, PER, TRU, PD, PP, EV, AA*ES).....	109
Tabel 4.43 Hasil Uji Regresi Linier Berganda (ES*EL).....	113
Tabel 4.44 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 1 ( $R^2$ ).....	115
Tabel 4.45 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 2 ( $R^2$ ).....	115
Tabel 4.46 Hasil Uji F.....	116
Tabel 4. 47 Hasil Uji T.....	118
Tabel 4.48 Indikator Variabel <i>Efficiency</i> .....	132
Tabel 4.49 Indikator Variabel <i>Order Management</i> .....	133
Tabel 4.50 Indikator Variabel <i>Customer Service</i> .....	135
Tabel 4.51 Indikator Variabel <i>Personalization</i> .....	137
Tabel 4.52 Indikator Variabel <i>Trust</i> .....	138

Tabel 4.53 Indikator Variabel <i>Product Description</i> .....	140
Tabel 4.54 Indikator Variabel <i>Product Presentation</i> .....	141
Tabel 4.55 Indikator Variabel <i>Entertainment Value</i> .....	143
Tabel 4.56 Indikator Variabel <i>Application Appearance</i> .....	144
Tabel 4.57 Indikator Variabel <i>E-satisfaction</i> .....	146
Tabel 4.58 Indikator Variabel <i>E-loyalty</i> .....	147
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis .....	159
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial.....	166

