

## DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	1
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Batasan Masalah.....	12
1.3. Rumusan Masalah.....	13
1.4. Tujuan Penelitian.....	14
1.5. Manfaat Penelitian.....	14
1.5.1. Manfaat Teoritis.....	14
1.5.2. Manfaat Praktis.....	15
1.6 Sistematika Penulisan.....	15
BAB II.....	17
TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	17
2.1 Landasan Teori.....	17
2.1.1 <i>Customer Loyalty</i> .....	17
2.1.2 <i>Customer Satisfaction</i> .....	18
2.1.3 <i>Overall E-Service Quality</i> .....	19
2.1.4 <i>Application Design</i> .....	20
2.1.5 <i>Customer Service</i> .....	23
2.1.6 <i>Security dan Privacy</i> .....	25
2.1.7 <i>Fulfillment</i> .....	26
2.2 Penelitian Terdahulu.....	28
2.3. Pengembangan Hipotesis.....	31
2.3.1. Pengaruh <i>application design</i> terhadap <i>overall e-service quality</i> .....	31

2.3.2 Pengaruh <i>customer service</i> terhadap <i>overall e-service quality</i> .....	32
2.3.3 Pengaruh <i>security and privacy</i> terhadap <i>overall e-service quality</i> .....	32
2.3.4 Pengaruh <i>fulfillment</i> terhadap <i>overall e-service quality</i> .....	33
2.3.5 Pengaruh <i>overall e-service quality</i> terhadap <i>customer satisfaction</i> .....	34
2.3.6 Pengaruh <i>customer satisfaction</i> terhadap <i>customer loyalty</i> .....	35
2.4 Model Penelitian.....	36
2.5 Bagan Alur Berpikir .....	36
BAB III .....	40
METODOLOGI PENELITIAN .....	40
3.1 Jenis Penelitian .....	40
3.2. Populasi dan Sampel .....	41
3.2.1 Populasi.....	41
3.2.2 Sampel .....	41
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	43
3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	47
3.5 Metode Analisis Data .....	49
3.5.1 Uji Reliabilitas .....	61
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....	63
4.1 Gambaran Umum .....	63
4.1.1 Zalora .....	63
4.2 Analisis Data.....	64
4.2.1 Statistik Deskriptif .....	64
4.2.1.1 Karakteristik Responden.....	64
4.2.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	64
4.2.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	65
4.2.1.4 Tanggapan Responden .....	66
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel .....	94
4.2.2.1 Penjelasan Responden terhadap <i>Application Design</i> .....	94
4.2.2.2 Penjelasan Responden terhadap <i>Customer Service</i> .....	105
4.2.2.3 Penjelasan Responden terhadap <i>Security and Privacy</i> .....	107
4.2.2.5 Penjelasan Responden terhadap <i>Overall E-Service Quality</i> .....	114
4.2.2.6 Penjelasan Responden terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	116

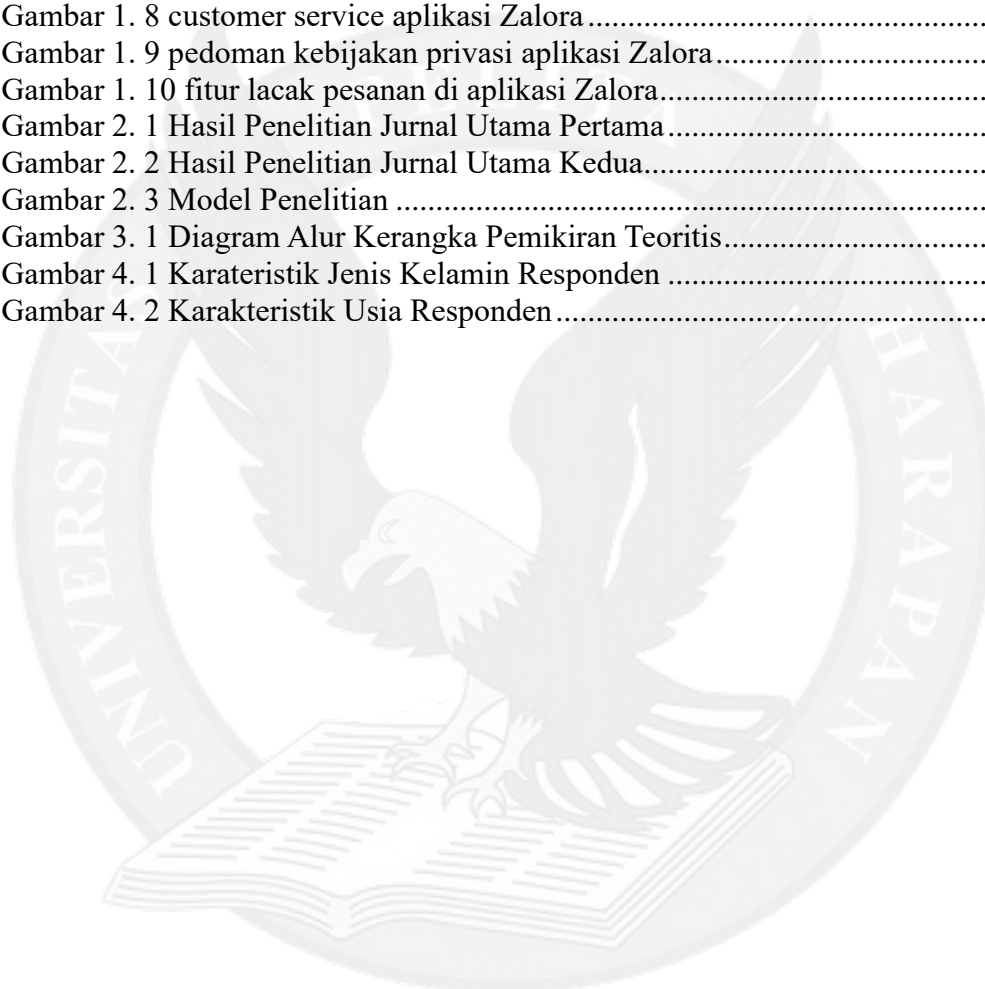
4.2.2.7 Penjelasan Responden terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	117
4.2.3 Hasil Pengujian Kualitas Data .....	118
4.2.3.1 Evaluasi Normalitas Data .....	120
4.2.3.2 Evaluasi <i>Outliers</i> .....	123
4.2.3.2.1 <i>Univariate Outliers</i> .....	123
4.2.3.2.2 <i>Multivariate Outliers</i> .....	125
4.2.3.3 Evaluasi <i>Multicollinearity</i> dan <i>Singularity</i> .....	128
4.2.3.4 Evaluasi Faktor Konfirmatori ( <i>Confirmatory Factor Analysis</i> ) .....	128
4.2.3.4.1 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen (Independen).....	129
4.2.3.4.2 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Endogen.....	131
4.2.3.5 Analisis <i>Full Structural Equation Modeling</i> .....	133
4.2.4 Uji <i>Reliability</i> .....	136
4.2.5 Hasil Pengujian Hipotesis.....	138
4.2.5.1 Hasil Hipotesis 1 (H1) .....	139
4.2.5.2 Pengujian Hipotesis 2 (H2).....	141
4.2.5.3 Pengujian Hipotesis 3 (H3).....	142
4.2.5.4 Pengujian Hipotesis 4 (H4).....	143
4.2.5.5 Pengujian Hipotesis 5 (H5).....	144
4.2.5.6 Pengujian Hipotesis 6 (H6).....	145
4.3 Pembahasan .....	145
BAB V.....	169
KESIMPULAN DAN SARAN.....	169
5.1 Kesimpulan.....	169
5.1.1 Kesimpulan atas Hipotesis.....	170
5.1.1.1 Pengaruh Application Design terhadap Overall E-Service Quality. 170	
5.1.1.2 Pengaruh Customer Service terhadap Overall E-Service Quality ... 172	
5.1.1.3 Pengaruh Security and Privacy terhadap Overall E-Service Quality 173	
5.1.1.4 Pengaruh Fulfillment terhadap Overall E-Service Quality..... 174	
5.1.1.5 Pengaruh Overall E-Service Quality terhadap Customer Satisfaction .....	175
5.1.1.6 Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty .....	176
5.1.2 Kesimpulan Atas Masalah Penelitian .....	177

5.2 Implikasi .....	178
5.2.1 Implikasi Teoritis .....	178
5.2.2 Implikasi Manajerial .....	179
5.3 Rekomendasi .....	188
DAFTAR PUSTAKA .....	189



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 data pengguna internet di Indonesia 2023 .....	1
Gambar 1. 2 jumlah pengguna internet di Indonesia 2023 .....	2
Gambar 1. 3 Grafik Barang dan Jasa yang Paling Sering Dibeli Masyarakat Indonesia Secara <i>Online</i> 2022.....	4
Gambar 1. 4 Logo Zalora .....	5
Gambar 1. 5 Nilai ulasan Zalora pada playstore .....	7
Gambar 1. 6 Ulasan pelanggan Zalora pada playstore.....	7
Gambar 1. 7 <i>Application design</i> aplikasi Zalora.....	9
Gambar 1. 8 customer service aplikasi Zalora .....	10
Gambar 1. 9 pedoman kebijakan privasi aplikasi Zalora.....	11
Gambar 1. 10 fitur lacak pesanan di aplikasi Zalora.....	12
Gambar 2. 1 Hasil Penelitian Jurnal Utama Pertama .....	29
Gambar 2. 2 Hasil Penelitian Jurnal Utama Kedua.....	30
Gambar 2. 3 Model Penelitian .....	36
Gambar 3. 1 Diagram Alur Kerangka Pemikiran Teoritis.....	52
Gambar 4. 1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden .....	65
Gambar 4. 2 Karakteristik Usia Responden.....	66



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar aplikasi Fashion di Indonesia Tahun 2022 .....	5
Tabel 3. 1 Desain Inti Kuisisioner .....	44
Tabel 3. 2 Definisi Operasional.....	47
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	64
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia.....	65
Tabel 4. 3 Derajat Penilaian Setiap Variabel .....	67
Tabel 4. 4 Tanggaan Responden terhadap Information Quality .....	68
Tabel 4. 5 Tanggaan Responden terhadap Application Aesthetics.....	69
Tabel 4. 6 Tanggaan Responden terhadap Purchase Process .....	70
Tabel 4. 7 Tanggaan Responden terhadap Application Convenience .....	72
Tabel 4. 8 Tanggaan Responden terhadap Product Selection.....	73
Tabel 4. 9 Tanggaan Responden terhadap Price Offering .....	75
Tabel 4. 10 Tanggaan Responden terhadap Application Personalization.....	76
Tabel 4. 11 Tanggaan Responden terhadap System Availability.....	78
Tabel 4. 12 Tanggaan Responden terhadap Service Level.....	79
Tabel 4. 13 Tanggaan Responden terhadap Return Handling/Policy.....	81
Tabel 4. 14 Tanggaan Responden terhadap Security.....	82
Tabel 4. 15 Tanggaan Responden terhadap Privacy.....	84
Tabel 4. 16 Tanggaan Responden terhadap Timeless of delivery .....	85
Tabel 4. 17 Tanggaan Responden terhadap Order Accuracy.....	87
Tabel 4. 18 Tanggaan Responden terhadap Delivery condition.....	88
Tabel 4. 19 Tanggaan Responden terhadap Overall E-Service Quality .....	90
Tabel 4. 20 Tanggaan Responden terhadap Customer Satisfaction .....	91
Tabel 4. 21Tanggaan Responden terhadap Customer Loyalty .....	92
Tabel 4. 22 Distribusi Jawaban Responden terhadap dimensi Information Quality .....	94
Tabel 4. 23 Distribusi Jawaban Responden terhadap dimensi Application Aesthetics .....	95
Tabel 4. 24 Distribusi Jawaban Responden terhadap dimensi Purchase Process .	97
Tabel 4. 25 Distribusi Jawaban Responden terhadap dimensi Application Convenience.....	98
Tabel 4. 26 Distribusi Jawaban Responden terhadap dimensi Product Selection.	99
Tabel 4. 27 Distribusi Jawaban Responden terhadap dimensi Price Offering ....	101
Tabel 4. 28 Distribusi Jawaban Responden terhadap dimensi Application Personalization .....	102
Tabel 4. 29 Distribusi Jawaban Responden terhadap dimensi System Availability .....	103
Tabel 4. 30 Distribusi Jawaban Responden terhadap dimensi Service Level .....	105
Tabel 4. 31 Distribusi Jawaban Responden terhadap dimensi Return Handling/Policy .....	106

Tabel 4. 32 Distribusi Jawaban Responden terhadap dimensi Security.....	107
Tabel 4. 33 Distribusi Jawaban Responden terhadap dimensi Privacy .....	109
Tabel 4. 34 Distribusi Jawaban Responden terhadap dimensi Timeless of Delivery .....	110
Tabel 4. 35 Distribusi Jawaban Responden terhadap dimensi Order Accuracy...112	
Tabel 4. 36 Distribusi Jawaban Responden terhadap dimensi Privacy .....	113
Tabel 4. 37 Distribusi Jawaban Responden terhadap dimensi Overall E-Service Quality.....	115
Tabel 4. 38 Distribusi Jawaban Responden terhadap dimensi Customer Satisfaction.....	116
Tabel 4. 39 Distribusi Jawaban Responden terhadap dimensi Customer Loyalty .....	117
Tabel 4. 40 Goodness of Fit Index .....	120
Tabel 4. 41 Evaluasi Normalitas Data.....	121
Tabel 4. 42 Statistik Deskriptif Z-score .....	123
Tabel 4. 43 Mahalanobis Distance .....	125
Tabel 4. 44 Uji Bobot Faktor dan Nilai Factor Loading Application Design, Customer Service, Security and Privacy, dan Fulfillment .....	129
Tabel 4. 45 Uji Bobot Faktor dan Nilai Factor Loading Overall E-service Quality, Customer Satisfaction, dan Customer Loyalty.....	132
Tabel 4. 46 Indeks Pengujian Kelayakan SEM.....	134
Tabel 4. 47 Regression Weight Full Structural Equation Model.....	134
Tabel 4. 48 Hasil Uji Reliabilitas Konstruk .....	137
Tabel 4. 49 Hasil Uji Hipotesis .....	139
Tabel 4. 50 Indikator Application Design .....	150
Tabel 4. 51 Tabel Customer Service.....	157
Tabel 4. 52 Indikator Security and Privacy .....	159
Tabel 4. 53 Indikator Fulfillment .....	161
Tabel 4. 54 Indikator Overall E-Service Quality .....	164
Tabel 4. 55 Indikator Customer Satisfaction.....	166
Tabel 4. 56 Indikator Customer Loyalty .....	167
Tabel 5. 1 Implikasi Teoritis.....	178

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A .....	195
LAMPIRAN B .....	201
LAMPIRAN C .....	231
LAMPIRAN D .....	262
LAMPIRAN E .....	292

