

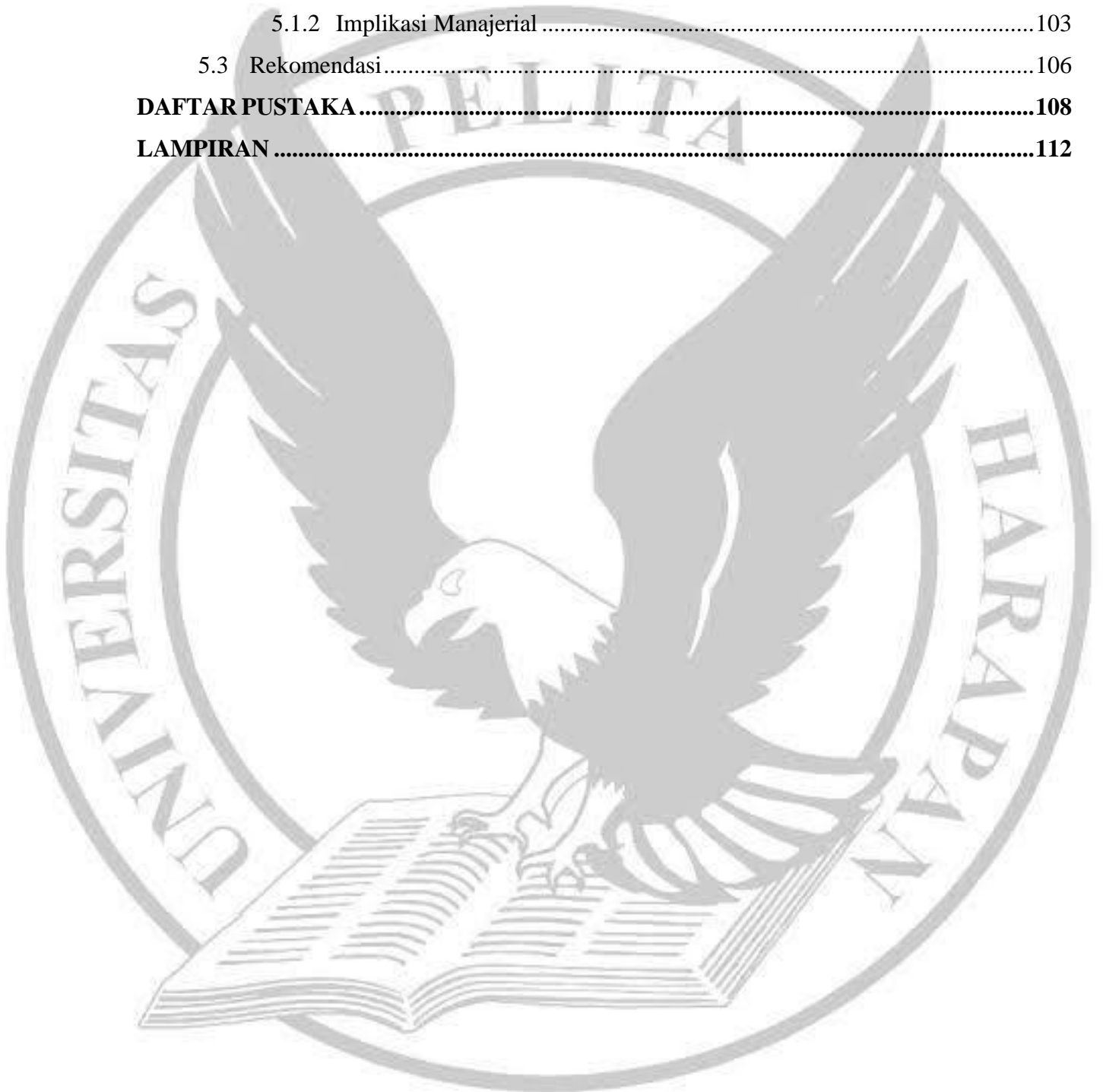
DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN COVER	
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR.....	i
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	ii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Batasan Masalah	11
1.3. Rumusan Masalah.....	12
1.4. Tujuan Penelitian	13
1.5. Manfaat Penelitian	13
1.5.1. Manfaat Teoritis	14
1.5.2. Manfaat Praktis	14
1.6. Sistematika Penulisan	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	16
2.1 Landasan Teori	16
2.1.1 Perceived value	16
2.1.2 Loyalty intentions	17
2.1.3 Interactivity	19
2.1.4 Online completeness	21
2.1.5 Kemudahan (<i>Ease of Use</i>)	22
2.1.6 Entertainment	24

2.1.7 Kepercayaan.....	25
2.2 Penelitian Terdahulu	29
2.3 Hipotesis Penelitian	31
2.4 Model Penelitian	32
2.5 Bagan Alur Berpikir.....	32
BAB III TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	35
3.1. Jenis Penelitian	35
3.2. Populasi dan Sampel	36
1. Populasi.....	36
2. Sampel.....	36
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	37
3.4. Metode Analisis Data.....	41
3.4.1. Pengolahan Data.....	41
3.4.2. Pengujian Hipotesis	41
3.4.3. Uji Reliabilitas	53
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	55
4. 1. Gambaran Umum Aplikasi Bibli.....	55
4. 2. Analisis Data.....	56
4.2.1. Statistik Deskriptif	57
4.2.2. Deskriptif Variabel	59
4. 3. Uji Kausalitas Instrumen	64
4.3.1. Uji Validitas	64
4.3.2. Uji Reliabilitas	65
4. 4. Analisis Structural Equation Model (SEM).....	65
4.4.1. Asumsi Normalitas	65
4.4.2. Uji Outlier	67
4.4.3. Kesesuaian Model (Goodness of fit)	67
4.4.4. Uji Hipotesis	69
4. 5. Pembahasan	77
BAB V PENUTUP	96
5.1 Kesimpulan	96

5.1.1. Simpulan Atas Hipotesis.....	97
5.2 Implikasi	101
5.2.1. Implikasi Toritis	101
5.1.2 Implikasi Manajerial	103
5.3 Rekomendasi.....	106
DAFTAR PUSTAKA.....	108
LAMPIRAN	112

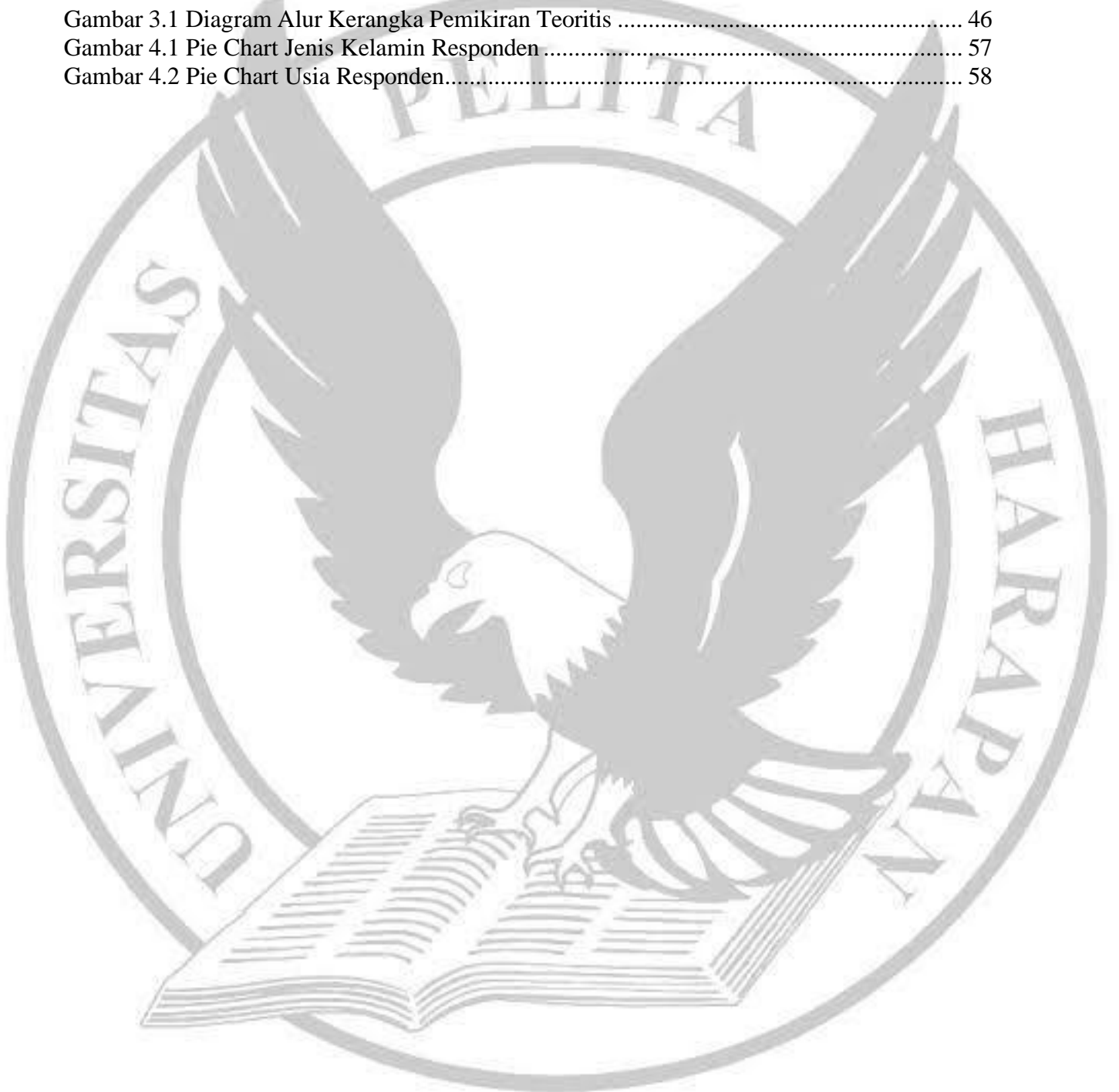


DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Top Index e-commerce Tahun 2022	2
Tabel 3.1 Desain Inti Kuisisioner	39
Tabel 3.2 Keterangan Indikator Konstruk	44
Tabel 3.3 Hasil Konversi ke dalam Persamaan Model Pengukuran Konstruk Eksogen	46
Tabel 3.4 Indeks Pengujian Kelayakan Sebuah Model (<i>Goodness of Fit Index</i>)	52
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	58
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	58
Tabel 4.4 Tanggapan Responden pada Variabel X1	59
Tabel 4.5 Tanggapan Responden pada Variabel X2	60
Tabel 4.6 Tanggapan Responden pada Variabel X3	60
Tabel 4.7 Tanggapan Responden pada Variabel X4	61
Tabel 4.8 Tanggapan Responden pada Variabel X5	61
Tabel 4.9 Tanggapan Responden pada Variabel Y1	62
Tabel 4.10 Tanggapan Responden pada Variabel Y2	62
Tabel 4.11 Tanggapan Responden pada Variabel Z	63
Tabel 4.12 Uji Validitas	64
Tabel 4.13 Uji Reliabilitas	65
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas	66
Tabel 4.15 Hasil Uji Outliers	67
Tabel 4.16 Uji Kesesuaian Model (<i>Goodness of fit</i>)	67
Tabel 4.17 Uji Hipotesis	69
Tabel 4.18 Indikator Variabel Interactivity	87
Tabel 4.19 Indikator Variabel Online Completeness	88
Tabel 4.20 Indikator Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	89
Tabel 4.21 Indikator Variabel Entertainment	90
Tabel 4.22 Indikator Variabel <i>Trust</i>	91
Tabel 4.23 Indikator Variabel <i>Perceived Value</i>	92
Tabel 4.24 Indikator Variabel <i>Loyalty Intentions</i>	93
Tabel 4.25 Indikator Variabel <i>Information Quality</i>	94
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis	102
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian Terdahulu dan Hasilnya	30
Gambar 2.2 Model Penelitian	32
Gambar 3.1 Diagram Alur Kerangka Pemikiran Teoritis	46
Gambar 4.1 Pie Chart Jenis Kelamin Responden	57
Gambar 4.2 Pie Chart Usia Responden.....	58



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A: Kuesioner.....	112
Lampiran B: Hasil Turnitin.....	115

