

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Batasan Penelitian.....	9
1.6 Sistematika Penelitian.....	9
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Kajian Teori.....	11
2.1.1 <i>Website Quality</i>	11
2.1.2 <i>E-Satisfaction</i>	16
2.1.3 <i>E-trust</i>	21
2.1.4 <i>E-Loyalty</i>	23
2.1.5 <i>Website Suara.com</i>	27
2.2 Hipotesis	29
2.2.1 Hubungan Antara <i>Website Quality</i> Terhadap <i>E-Satisfaction</i>	29
2.2.2 Hubungan Antara <i>E-trust</i> Terhadap <i>E-Satisfaction</i>	29
2.2.3 Hubungan Antara <i>Website Quality</i> Terhadap <i>E-Loyalty</i>	30
2.2.4 Hubungan Antara <i>E-Satisfaction</i> Terhadap <i>E-Loyalty</i>	31
2.2.5 Hubungan Antara <i>E-trust</i> Terhadap <i>E-Loyalty</i>	31

BAB 3	METODE PENELITIAN.....	33
3.1	Objek Penelitian	33
3.2	Unit Analisis	33
3.3	Tipe Penelitian.....	33
3.4	Operasionalisasi Variabel.....	34
	3.4.1 Variabel Independen.....	34
	3.4.2 Variabel Dependen	37
3.5	Populasi dan Sampel.....	37
	3.5.1 Jumlah Populasi dan Sampel	37
	3.5.2 Teknik Sampling.....	38
3.6	Metode Pengumpulan Data	38
3.7	Metode Analisis Data	38
	3.7.1 Statistik Deskriptif.....	38
	3.7.2 SEM - Partial Least Square.....	Error! Bookmark not defined.
3.8	Hasil Uji <i>Pretest</i>	42
	3.8.1 Validitas Konvergen.....	43
	3.8.2 Validitas Diskriminan.....	44
	3.8.3 Reliabilitas	45
BAB 4	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1	Profil Responden	46
4.2	Analisa Statistik Deskriptif.....	47
	4.2.1 <i>E-Loyalty</i>	48
	4.2.2 <i>E-trust</i>	48
	4.2.3 <i>E-Satisfaction</i>	49
	4.2.4 <i>Website Quality</i>	50
4.3	Analisis Inferensial.....	51
	4.3.1 Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	51
	4.3.2 Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	55
4.4	Pembahasan	63
BAB 5	KESIMPULAN DAN SARAN.....	68
5.1	Kesimpulan.....	68
5.2	Implikasi Manajerial.....	68
5.3	Saran	70
	DAFTAR PUSTAKA	71
	DAFTAR LAMPIRAN	1

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Independen.....	35
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Dependen	37
Tabel 3.3 Hasil Uji Pretest Validitas Konvergen.....	43
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Diskriminan – HTMT	45
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	45
Tabel 4.1 Profil Responden.....	46
Tabel 4.2 Kategori Jawaban Responden	47
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif Website Loyalty.....	48
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif <i>E-trust</i>	49
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif <i>E-Satisfaction</i>	49
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif <i>Website Quality</i>	50
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Konvergen.....	53
Tabel 4.8 Hasil Uji Diskriminan-HTMT	54
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	55
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	57
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>R-Square</i>	57
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Effect Size</i> (F^2)	58
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>R-Square</i>	58
Tabel 4.14 Hasil Uji CVPAT	59
Tabel 4.15 Hasil Uji Hipotesis	61
Tabel 4.16 Hasil Uji mediasi.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penggunaan Internet Indonesia.....	1
Gambar 4.1 Hasil Uji <i>Outer Model</i>	52
Gambar 4.2 Hasil Uji <i>Inner Model</i>	56
Gambar 4.3 <i>Importance-Performance Map Analysis E-Loyalty</i>	60



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A – Kuesioner	A-1
Lampiran B – Hasil Olah Data	B-1
2.1 Outer Model	B-1
2.2 Inner Model	B-3
2.3 Q square	B-4
2.4 PLS PREDICT/CVPAT	B-4
2.5 IPMA E-Satisfaction	B-5
2.6 IPMA E-Loyalty	B-6
Lampiran C – Hasil Uji Kesamaan / Turnitin	C-1

