

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR</b> .....	iii
<b>LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING</b> .....	iv
<b>LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xvii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xx
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Batasan Masalah .....	17
1.3 Rumusan Masalah .....	18
1.4 Tujuan Penelitian .....	20
1.5 Manfaat Penelitian .....	22
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	22
1.5.2 Manfaat Praktis .....	23
1.6 Sistematika Penulisan .....	24
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b> .....	24
2.1 Landasan Teori.....	24
2.1.1 <i>Customer Loyalty</i> .....	26
2.1.2 <i>Customer Satisfaction</i> .....	27
2.1.3 <i>Application Design</i> .....	29
2.1.4 <i>Customer Service</i> .....	32
2.1.5 <i>Security/Privacy</i> .....	33
2.1.6 <i>Fullfillment</i> .....	35

2.2 Penelitian Terdahulu .....	38
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	44
2.3.1 Pengaruh <i>Application Design</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	44
2.3.2 Pengaruh <i>Customer Service</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	47
2.3.3 Pengaruh <i>Security/Privacy</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	48
2.3.4 Pengaruh <i>Fulfillment</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	50
2.3.5 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	52
2.4 Model Penelitian .....	54
2.5 Bagan Alur Berpikir .....	55
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>56</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	56
3.2 Populasi dan Sampel .....	57
3.2.1 Populasi .....	57
3.2.2 Sampel .....	58
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	59
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	66
3.5 Metode Analisis Data .....	71
3.5.1 Uji Reliabilitas .....	87
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>88</b>
4.1 Gambaran Umum Cakap .....	88
4.1.1 Visi Cakap .....	91
4.1.2 Misi Cakap .....	91
4.2 Analisis Data .....	92
4.2.1 Statistik Deskriptif .....	92
4.2.1.1 Karakteristik Responden .....	92
4.2.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia .....	93
4.2.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	94
4.2.1.4 Tanggapan Responden .....	95
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel .....	104
4.2.2.1 Penjelasan Responden Terhadap <i>Application Design</i> .....	104

4.2.2.2	Penjelasan Responden Terhadap <i>Customer Service</i> .....	113
4.2.2.3	Penjelasan Responden Terhadap <i>Security</i> .....	115
4.2.2.4	Penjelasan Responden Terhadap <i>Fulfillment</i> .....	117
4.2.2.5	Penjelasan Responden Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	121
4.2.2.6	Penjelasan Responden Terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	123
4.2.3	Hasil Pengujian Kualitas Data .....	124
4.2.3.1	Evaluasi Normalitas Data .....	126
4.2.3.2	Evaluasi <i>Outliers</i> .....	129
4.2.3.2.1	<i>Univariate Outliers</i> .....	129
4.2.3.2.2	<i>Multivariate Outliers</i> .....	132
4.2.3.3	Evaluasi <u><i>Multicollinearity</i></u> dan <u><i>Singularity</i></u> .....	133
4.2.3.4	Analisa Faktor Konfirmatori .....	133
4.2.3.4.1	Analisa Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen .....	134
4.2.3.4.2	Analisa Faktor Konfirmatori Variabel Endogen .....	138
4.2.3.5	Analisa <i>Full Structural Equation Modelling</i> .....	140
4.2.3.6	Uji <i>Reliability</i> .....	146
4.2.4	Hasil Pengujian Hipotesis .....	149
4.2.4.1	Pengujian Hipotesis 1 ( $H_1$ ) .....	150
4.2.4.2	Pengujian Hipotesis 2 ( $H_2$ ) .....	151
4.2.4.3	Pengujian Hipotesis 3 ( $H_3$ ) .....	152
4.2.4.4	Pengujian Hipotesis 4 ( $H_4$ ) .....	153
4.2.4.5	Pengujian Hipotesis 5 ( $H_5$ ) .....	154
4.2	Pembahasan .....	154
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN</b> .....	182
5.1	Simpulan .....	182
5.1.1	Simpulan Atas Hipotesis .....	183
5.1.1.1	Pengaruh <i>Application Design</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	183
5.1.1.2	Pengaruh <i>Customer Service</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	184
5.1.1.3	Pengaruh <i>Security</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	184
5.1.1.4	Pengaruh <i>Fulfillment</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	185
5.1.1.5	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	186

5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian .....	187
5.2 Implikasi .....	188
5.2.1 Implikasi Teoritis .....	188
5.2.2 Implikasi Manajerial .....	189
5.3 Rekomendasi .....	194
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>196</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Data Pengguna Internet di Indonesia 2023.....	1
Gambar 1.2 <u>Jumlah pengguna internet di Indonesia 2023</u> .....	2
Gambar 1.3 <u>Penggunaan E-Commerce Indonesia Tertinggi di Dunia</u> .....	3
Gambar 1.4 <u>Data Peningkatan Penjual yang Bergabung dalam E-commerce Lima Tahun Terakhir</u> .....	4
Gambar 1.5 <u>Persentase Pendidikan Terakhir Penduduk Usia Kerja Indonesia 2023</u>	6
Gambar 1.6 <u>Indeks Kecakapan Berbahasa Inggris di Asia Tenggara (2020)</u> .....	7
Gambar 1.7 <u>Logo CAKAP</u> .....	9
Gambar 1.8 <u>Pencapaian Cakap</u> .....	9
Gambar 1.9 <u>Aplikasi Cakap di Playstore</u> .....	10
Gambar 1.10 <u>Tampilan Website Cakap</u> .....	11
Gambar 1.11 <u>Tampilan Pusat Bantuan Cakap</u> .....	12
Gambar 1.12 <u>Tampilan Kebijakan dan Privasi Cakap</u> .....	13
Gambar 1.13 <u>Tampilan Student Dashboard Cakap</u> .....	14
Gambar 1.14 <u>Peringkat Ratings pada Google dan Playstore Reviews</u> .....	15
Gambar 1.15 <u>Daftar Kompetitor Aplikasi Belajar Bahasa</u> .....	16
Gambar 2.1 Model Penelitian Terdahulu.....	39
Gambar 2.2 Model Penelitian .....	54
Gambar 2.3 Bagian Alur Berpikir.....	56
Gambar 3.1 Diagram Alur Kerangka Pemikiran Teoritik .....	78
Gambar 4.0 Produk Cakap.....	89
Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	93

Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	94
Gambar 4.3 <i>Confirmatory Analysis Exogenous</i> .....	134
Gambar 4.4 <i>Confirmatory Variabel Endogen</i> .....	138
Gambar 4.5 <i>Full Structural Equation Model</i> .....	141



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Desain Inti Kuisisioner .....	61
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	67
Tabel 3.3 Keterangan Indikator Konstruk .....	74
Tabel 3.4 Keterangan Hubungan Konstruk .....	79
Tabel 3.5 <u>Hasil Konversi ke dalam Persamaan Model Pengukuran</u> .....	80
Tabel 3.6 <u>Indeks Pengujian Kelayakan Sebuah Model (<i>Goodness of Fit Index</i>)</u> .....	86
Tabel 4.1 <u>Responden Berdasarkan Usia</u> .....	93
Tabel 4.2 <u>Responden Berdasarkan Jenis Kelamin</u> .....	94
Tabel 4.3 <u>Derajat Penilaian Setiap Variabel</u> .....	95
Tabel 4.4 <u>Tanggapan Responden Terhadap <i>Application Design</i></u> .....	96
Tabel 4.5 <u>Tanggapan Responden Terhadap <i>Customer Service</i></u> .....	98
Tabel 4.6 <u>Tanggapan Responden Terhadap <i>Security</i></u> .....	100
Tabel 4.7 <u>Tanggapan Responden Terhadap <i>Fulfillment</i></u> .....	101
Tabel 4.8 <u>Tanggapan Responden Terhadap <i>Customer Satisfaction</i></u> .....	103
Tabel 4.9 <u>Tanggapan Responden Terhadap <i>Customer Loyalty</i></u> .....	103
Tabel 4.10 <u>Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Application Design</i></u> .	104
Tabel 4.11 <u>Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Customer Service</i></u> ....	113
Tabel 4.12 <u>Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Security</i></u> .....	115
Tabel 4.13 <u>Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Fulfillment</i></u> .....	117
Tabel 4.14 <u>Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Customer Satisfaction</i></u> .....	121
Tabel 4.15 <u>Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Customer Loyalty</i></u> ....	123

Tabel 4.16 <u>Goodness of Fit Index</u> .....	125
Tabel 4.17 Hasil <u>Uji Normalitas Data</u> .....	127
Tabel 4.18 Statistik Deskriptif <i>Z-Score</i> .....	130
Tabel 4.19 <i>Mahalonobis Distance</i> .....	132
Tabel 4.20 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor <i>Loading</i> Variabel Eksogen .....	135
Tabel 4.21 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor <i>Loading</i> Variabel Endogen.....	139
Tabel 4.22 Index Pengujian Kelayakan .....	142
Tabel 4.23 <i>Regression Weights Full Structural Equation Model</i> .....	142
Tabel 4.24 Uji <i>Reliability</i> .....	147
Tabel 4.25 Hasil Uji Hipotesis.....	149
Tabel 4.26 Hasil SEM Dimensi <i>Website Design</i> .....	158
Tabel 4.27 Hasil SEM Dimensi <i>Security</i> .....	161
Tabel 4.28 Hasil SEM Dimensi <i>Website Fulfillment</i> .....	162
Tabel 4.29 Indikator Dimensi <i>Product Selection</i> .....	163
Tabel 4.30 Indikator Dimensi <i>Website Aesthetics</i> .....	164
Tabel 4.31 Indikator Dimensi <i>Purchase Process</i> .....	165
Tabel 4.32 Indikator Dimensi <i>Website Convinience</i> .....	166
Tabel 4.33 Indikator Dimensi <i>Product Selection</i> .....	168
Tabel 4.34 Indikator Dimensi <i>Price Offerings</i> .....	169
Tabel 4.35 Indikator Dimensi <i>Website Personalization</i> .....	170
Tabel 4.36 Indikator Dimensi <i>System Availability</i> .....	171
Tabel 4.37 Indikator Dimensi <i>Customer Service</i> .....	172
Tabel 4.38 Indikator Dimensi <i>Security</i> .....	173
Tabel 4.39 Indikator Dimensi <i>Privacy</i> .....	174



Tabel 4.40 Indikator Dimensi <i>Timelines of Delivery</i> .....	175
Tabel 4.41 Indikator Dimensi <i>Order Accuracy</i> .....	177
Tabel 4.42 Indikator Dimensi <i>Delivery Condition</i> .....	178
Tabel 4.43 Indikator Dimensi <i>Customer Satisfaction</i> .....	179
Tabel 4.44 Indikator Dimensi <i>Customer Loyalty</i> .....	180
Tabel 5.1 Implikasi Teori.....	189



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>LAMPIRAN A : KUESIONER</b> .....	A-1
<b>LAMPIRAN B</b> .....	B-1
<b>LAMPIRAN C</b> .....	C-1
<b>LAMPIRAN D</b> .....	D-1

