

DAFTAR ISI

ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
10.1 Latar Belakang	1
10.2 Rumusan Masalah	10
10.3 Tujuan Penelitian.....	11
10.4 Manfaat Penelitian.....	12
10.4.1 Manfaat Teoritis	12
10.4.2 Manfaat Praktis	13
10.4.3 Manfaat Sosial.....	13
10.4.4 Manfaat Kebijakan	14
BAB II TINJAUAN LITERATUR	15
2.1 Teori Pemasaran	15
2.1.1 <i>Digital Marketing</i>	16
2.2 Definisi Variabel	21
2.2.1 <i>E-Service Quality</i>	21
2.2.2 Dimensi dari <i>E-Service Quality</i>	23
2.2.3 <i>E-Trust</i>	27
2.2.4 <i>E-Satisfaction</i>	28
2.2.5 <i>E-Loyalty</i>	31
2.3 Pengembangan Hipotesis	32

2.3.1	Hubungan Antara Variabel <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>E-Loyalty</i>	32
2.3.2	Hubungan Antara Variabel <i>E-Trust</i> Terhadap <i>E-Loyalty</i>	34
2.3.3	Hubungan Antara Variabel <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>E-Satisfaction</i>	35
2.3.4	Hubungan Antara Variabel <i>E-Trust</i> Terhadap <i>E-Satisfaction</i>	37
2.3.5	Hubungan Antara Variabel <i>E-Satisfaction</i> Terhadap <i>E-Loyalty</i>	38
BAB III METODE PENELITIAN		41
3.1	Paradigma Penelitian	41
3.2	Penelitian Kuantitatif	48
3.3	Desain Penelitian	49
3.4	Strategi Penelitian.....	52
3.5	Tingkat Campur Tangan Peneliti.....	54
3.6	Unit Analisis.....	57
3.7	Metode Pengumpulan Data.....	59
3.8	Pengukuran Variabel	61
3.9	Pengukuran Skala.....	63
3.10	Desain sampling	67
3.11	Ukuran Sampel.....	72
3.12	<i>Study Setting</i>	73
3.13	Kerangka Konseptual dan Definisi Operasional	74
3.14	Analisis Data	79
3.14.1	Statistik Deskriptif.....	80
3.14.2	Statistik Inferensial.....	81
3.15	<i>Goodness of Data</i>	82
3.16	Analisis Multivariat – <i>Partial Least Square</i> (PLS-SEM).....	83
3.17	Outer Model.....	84
3.17.1	Reliabilitas Indikator – <i>Outer Loading</i>	85
3.17.2	Reliabilitas Konstruk – <i>Cronbach's Alpha & Composite Reliability</i>	85

3.17.3	Validitas Konstruk – AVE & <i>Discriminant Validity</i>	85
3.18	Inner Model.....	86
3.18.1	Multikolinearitas – <i>Inner VIF</i>	87
3.18.2	Koefisien Determinasi (<i>R square</i>).....	87
3.18.3	Ukuran Efek (<i>F-Square</i>)	88
3.18.4	<i>Blindfolding</i> dan <i>Predictive Relevance</i> (<i>Q-Square</i>)	88
3.18.5	Prediksi PLS.....	89
3.18.6	Hipotesis (<i>Bootstrapping</i>)	91
3.19	Analisis IPMA (<i>Importance-Performance Map Analysis</i>).....	92
3.20	<i>Partial Least Squares</i> (PLS)	93
3.21	<i>Pre-Test</i>	99
3.21.1	<i>Outer Model</i>	101
3.21.2	<i>Indicator Reliability</i> (<i>Outer Loadings</i>)	102
3.21.3	<i>Construct Reliability</i> (<i>Cronbach's Alpha & Composite Reliability</i>).....	104
3.21.4	<i>Construct Validity</i> (<i>Convergent Validity – AVE</i>)	105
3.21.5	<i>Discriminant Validity</i> (HTMT)	108
3.22	Usulan Model Penelitian.....	110
BAB IV ANALISA DATA & PEMBAHASAN		111
4.1	Profil Responden.....	111
4.1.1	Gender	112
4.1.2	Usia.....	113
4.1.3	Tingkat Pendidikan Tertinggi.....	113
4.1.4	Pekerjaan.....	114
4.1.5	Tingkat Pendapatan	115
4.2	Uji Aktual.....	116
4.2.1	Statistik Deskriptif.....	117
4.2.2	Statistik Inferensial.....	121
4.2.3	Uji Validitas Konvergen (Uji Aktual)	121
4.2.4	Uji Validitas Diskriminan (Uji Aktual).....	124

4.2.5	Uji Validitas Diskriminan (HTMT).....	125
4.2.6	Uji Reliabilitas (Uji Aktual).....	126
4.3	Outer Model.....	127
4.3.1	<i>R-Square</i>	128
4.3.2	<i>Blindfolding</i>	129
4.4	Uji Hipotesis	131
4.4.1	Uji Hubungan Mediasi.....	134
4.4.2	<i>Inner Model</i>	136
4.5	<i>Importance Performance Map Analysis</i> (IPMA).....	137
4.6	<i>Cross Validated Predictive Ability Test</i> (CVPAT).....	141
4.7	Pembahasan.....	143
4.8	Perbandingan Penelitian Sebelumnya dengan Penelitian Saat ini.....	154
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		156
5.1	Kesimpulan	156
5.2	Implikasi Teoritis	157
5.3	Implikasi Manajerial.....	159
5.4	Keterbatasan Penelitian	162
5.5	Rekomendasi untuk Penelitian Selanjutnya.....	163
DAFTAR PUSTAKA		166

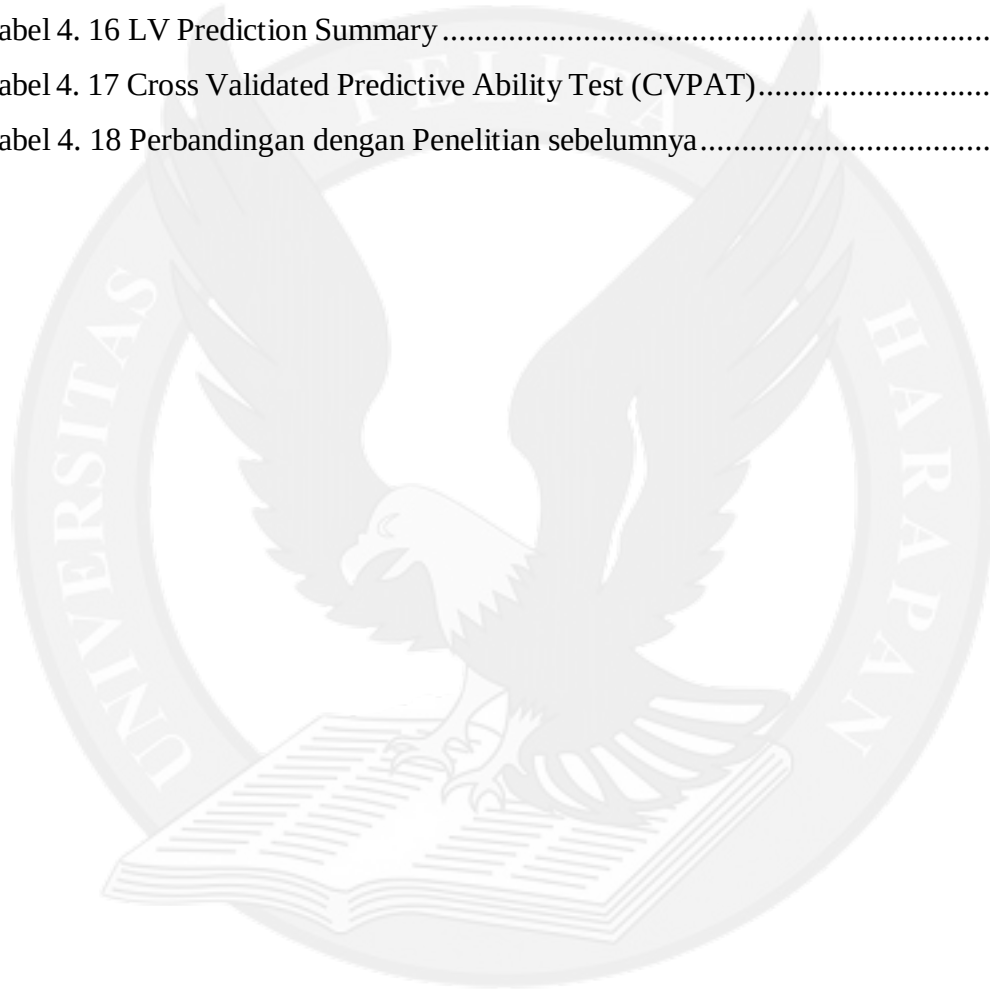
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Tokopedia	2
Gambar 1. 2 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia.....	3
Gambar 1. 3 Jumlah Pengunjung E-commerce di Indonesia Tahun 2021.....	4
Gambar 1. 4 Jumlah Pengunjung E-commerce di Indonesia Tahun 2024.....	5
Gambar 1. 5 Email dari Tokopedia	6
Gambar 3. 1 Model Konseptual	63
Gambar 3. 2 Model Jalur Sederhana	84
Gambar 3. 3 Model Penelitian	101
Gambar 4. 1 Outer Model Uji Aktual.....	127
Gambar 4. 2 Inner Model Uji Aktual	136
Gambar 4. 3 Importance Performance Map Analysis (IPMA)	138
Gambar 4. 4 Rekomendasi Manajerial berdasarkan analisis gabungan cIPMA.....	141

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Perbedaan Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif	45
Tabel 3. 2 Perbedaan ketiga jenis desain penelitian	51
Tabel 3. 3 Perbedaan antara Interferensi Minimal dan Interferensi Manipulasi.	56
Tabel 3. 4 Perbedaan Kelima Kategori Unit Analisis.....	58
Tabel 3. 5 Definisi jenis-jenis variabel	61
Tabel 3. 6 Tipe-Tipe Rating Scales dan Definisi.....	64
Tabel 3. 7 Kelebihan serta Kelemahan Ketiga Jenis Non-Propability Sampling.....	70
Tabel 3. 8 Kerangka Konseptual dan Definisi Operasional.....	75
Tabel 3. 9 Tipe-tipe Uji Statistik dalam Penelitian Multivariat	82
Tabel 3. 10 Perbandingan Nilai PLS-SEM dan LM (MAE) dengan Tingkat Kemampuan Prediktif.....	91
Tabel 3. 11 Aturan praktis dari Inner model dan Outer model.....	97
Tabel 3. 12 Ringkasan Aturan Rule of Thumb	99
Tabel 3. 13 Hasil Indicator Reliability (Pre-test)	102
Tabel 3. 14 Hasil Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	104
Tabel 3. 15 Construct Validity (AVE)	105
Tabel 3. 16 Discriminant Validity (HTMT).....	108
Tabel 4. 1 Gender Responden	112
Tabel 4. 2 Usia Responden	113
Tabel 4. 3 Tingkat Pendidikan Tertinggi	114
Tabel 4. 4 Pekerjaan Responden	115
Tabel 4. 5 Tingkat Pendapatan Responden.....	116
Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif	117
Tabel 4. 7 Validitas Konvergen (Outer Loadings).....	122
Tabel 4. 8 Validitas Konvergen (Average Variance Extracted).....	124
Tabel 4. 9 Validitas Diskriminan (Cross Loading).....	124
Tabel 4. 10 Uji Validitas Diskriminan (HTMT).....	126

Tabel 4. 11 Reliabilitas Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	126
Tabel 4. 12 Nilai R-Square	128
Tabel 4. 13 Predictive Relevance	130
Tabel 4. 14 Uji Hipotesis Hubungan Langsung (Direct Effect).....	132
Tabel 4. 15 Uji Hubungan Tidak Langsung (Indirect Effect).....	135
Tabel 4. 16 LV Prediction Summary	139
Tabel 4. 17 Cross Validated Predictive Ability Test (CVPAT).....	142
Tabel 4. 18 Perbandingan dengan Penelitian sebelumnya.....	155



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A - KUESIONER

LAMPIRAN B – PRE TEST MODEL

LAMPIRAN C – ACTUAL TEST MODEL

LAMPIRAN D – ACTUAL TEST PREDICTIVE

