

## DAFTAR ISI

<b>JUDUL</b> .....	i
<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>ABSTRACT</b> .....	iii
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	v
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	1
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	14
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian.....	17
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	17
2.1 Latar Belakang Teori.....	17
2.1.1 Loyalitas Pelanggan ( <i>Customer Loyalty</i> ).....	19
2.1.2 Kepuasan Pelanggan ( <i>Customer Satisfaction</i> ).....	23
2.1.3 <i>E-service Quality</i> (Kualitas Layanan Elektronik).....	26
2.1.4 Persepsi Harga ( <i>Perceived Price</i> ).....	29
2.2 Kerangka Teori dan Hipotesis.....	29
2.2.1 Kerangka Teori.....	41
2.2.2 Kerangka Hipotesis.....	46
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	46
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	46
3.2 Desain Penelitian.....	46
3.3 Populasi dan Sampel.....	46
3.3.1 Populasi.....	47
3.3.2 Sampel.....	48
3.4 Pengembangan Instrumen.....	48
3.4.1 Variabel Penelitian.....	49
3.4.2 Definisi Operasional.....	52
3.4.3 Skala Pengukuran.....	53
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.6 Teknik Analisis Data.....	54
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	54
3.6.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	55
3.6.3 Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	56
3.6.4 Uji Kesesuaian Model.....	59
3.6.5 Pengujian Hipotesis.....	59
3.6.6 Model SEM.....	61
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	

4.1 Hasil.....	61
4.2 Pembahasan.....	66
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>87</b>
5.1 Kesimpulan.....	87
5.2 Implikasi .....	88
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	93
5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	93
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>95</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	<b>108</b>
<b>RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>127</b>



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.	Kuesioner Penelitian.....	108
2.	<i>Output</i> Validitas.....	114
3.	Hasil Uji Validitas Keseluruhan.....	119
4.	<i>Output</i> Reliabilitas.....	120
5.	<i>Output Goodness of Fit</i> .....	121
6.	<i>Output</i> Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	125
7.	<i>Standardized Total effect</i> .....	126



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Gambar 1.1	Peringkat Pengguna Internet Tertinggi pada 20 Negara di Dunia.....	1
Gambar 1.2	Perkembangan Kasus Positif Covid-19 Mingguan...	2
Gambar 1.3	Negara dengan Perkembangan <i>E-Commerce</i> Tercepat .....	3
Gambar 1.4	Tampilan <i>Website E-Commerce</i> Lazada.....	4
Gambar 1.5	Ulasan Negatif Pelanggan terhadap Lazada.....	6
Gambar 1.6	Permasalahan terkait Kepuasan Pelanggan Lazada..	7
Gambar 1.7	Faktor Pendorong untuk Berbelanja <i>online</i> .....	12
Gambar 1.8	Keluhan Pelanggan terkait Harga Diskon Lazada dianggap Tidak Masuk di Akal.....	12
Gambar 2.1	Model Kepuasan Konfirmasi atau Diskonfirmasi Harapan.....	20
Gambar 2.2	Kerangka Hipotesis.....	43
Gambar 3.1	Ukuran kesesuaian dalam model SEM.....	57
Gambar 3.2	Permodelan SEM.....	60
Gambar 4.1	Model <i>First Order Construct</i> Variabel <i>E-Service Quality</i> .....	74
Gambar 4.2	Model <i>First Order Construct</i> Variabel Persepsi Harga.....	75
Gambar 4.3	Model <i>First Order Construct</i> Variabel Kepuasan Pelanggan.....	76
Gambar 4.4	Model <i>First Order Construct</i> Variabel Loyalitas Pelanggan.....	77
Gambar 4.5	Full Model SEM.....	78
Gambar 4.6	<i>T-Values</i> SEM.....	81

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1	Data Total yang Mengakses Situs Jual Beli <i>Online</i> di Indonesia pada 2017-2020.....	5
Tabel 2.1	Hipotesis Penelitian .....	44
Tabel 3.1	Indikator untuk mengukur <i>E-Service Quality</i> .....	50
Tabel 3.2	Indikator untuk mengukur Persepsi Harga.....	50
Tabel 3.3	Indikator untuk mengukur Kepuasan Pelanggan.....	51
Tabel 3.4	Indikator untuk mengukur Loyalitas Pelanggan.....	52
Tabel 3.5	Pengukuran skala <i>likert</i> .....	53
Tabel 3.6	<i>Goodness of Fix Index</i> .....	59
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	61
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin...	62
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan.....	62
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Tempat Tinggal.....	63
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	64
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pemasukan per bulan.....	64
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran per bulan.....	65
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas.....	66
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas.....	67
Tabel 4.10	Nilai Analisis Deskriptif Variabel <i>E-Service Quality</i> ...	68
Tabel 4.11	Nilai Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Harga.....	70
Tabel 4.12	Nilai Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan.....	71
Tabel 4.13	Nilai Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan.	73
Tabel 4.14	Model <i>First Order Construct</i> Variabel <i>E-Service Quality</i> .....	74
Tabel 4.15	Model <i>First Order Construct</i> Variabel Persepsi Harga.	75
Tabel 4.16	Model <i>First Order Construct</i> Variabel Kepuasan Pelanggan.....	76
Tabel 4.17	Model <i>First Order Construct</i> Variabel Loyalitas Pelanggan.....	77
Tabel 4.18	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	79
Tabel 4.19	Model Persamaan Struktural.....	81