

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
LEMBAR ORISINALITAS	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	viix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II	13
KAJIAN PUSTAKA	14
2.1 Teori Pendukung	13
2.1.1 <i>Repurchase Intention</i>	13
2.1.2 <i>E-Satisfaction</i>	16
2.1.3 <i>Brand Image</i>	18
2.1.4 <i>E-Service Quality</i>	21

2.2	Kerangka Teori	24
2.2.1	Kerangka Teori.....	24
2.4.1	Penelitian Terdahulu	33
2.4.2	Kerangka Hipotesis	34
BAB III	36
KAJIAN PUSTAKA	METODE PENELITIAN.....	37
3.1	Waktu dan Tempat	37
3.1.1	Penelitian Waktu Penelitian	37
3.1.2	Tempat Penelitian.....	37
3.2	Desain Penelitian	37
3.2.1	Metode Penelitian.....	37
3.2.2	Jenis Data	37
3.3	Populasi dan Sampel.....	37
3.3.1	Populasi	37
3.3.2	Sampel.....	37
3.4	Pengembangan Instrumen.....	38
3.4.1	Variabel Bebas atau Tidak Terikat (<i>Independent</i>)	38
3.4.2	Variabel Terikat (<i>Dependent</i>)	40
3.4.3	Variabel Mediasi (Intervening Variabel).....	40
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.5.1	Skala Pengukuran.....	44
3.6	Teknik Analisis Data.....	45
3.6.1	Uji Validitas	45
3.6.2	Uji Reliabilitas	46
3.6.3	Uji Kesesuaian Model	46
3.6.4	Uji Hipotesis	50

3.6.5	Model SEM	50
BAB IV	51
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
4.1	Deskripsi Data	51
4.1.1	Profil Responden.....	51
4.1.2	Analisis Data	54
4.2	Pembahasan	58
4.2.1	Uji Validitas dan Relibilitas	58
4.2.2	Uji Hipotesis	69
BAB V	72
KESIMPULAN	72
5.1	Kesimpulan.....	72
5.2	Implikasi	73
5.2.1	Implikasi Teoritis	73
5.2.2	Implikasi Praktisi	73
5.3	Keterbatasan Penelitian	75
5.4	Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	92
BIODATA PENULIS	115

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Nilai Transaksi E-commerce di Indonesia 2019-2023	1
Gambar 1. 2 <i>Consumer Insights Survey The Global Consumer: Changed for Good</i> (2021).....	3
Gambar 1. 3 Aplikasi yang Digunakan Responden untuk Belanja Kebutuhan Rumah Tangga Bulanan (2022)	5
Gambar 1. 4 Aduan Konsumen	9
Gambar 2. 1 Kerangka Hipotesis	35
Gambar 3. 1 Model SEM Diolah dengan AMOS.....	51
Gambar 4. 1 Model <i>First Construct</i> Variabel <i>Brand Image</i>	63
Gambar 4. 2 Model <i>First Construct</i> Variabel <i>E-Service Quality</i>	63
Gambar 4. 3 Model <i>First Construct</i> Variabel <i>E-Satisfaction</i>	64
Gambar 4. 4 Model <i>First Construct</i> Variabel <i>Repurchase Intention</i>	65
Gambar 4. 5 <i>Full Model</i> SEM AMOS	66
Gambar 4. 6 <i>Fitted Model</i> SEM AMOS.....	67

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Aplikasi Pangan Tahun 2023	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3. 1 Definisi Operasional.....	40
Tabel 3. 2 <i>Likert-type 6 Interval</i>	45
Tabel 3. 3 <i>Goodness of Fit Indices</i>	50
Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Domisili	52
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Status Pekerjaan	53
Tabel 4. 5 Karakteristik Berdasarkan Pengeluaran dalam Satu Bulan.....	54
Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif <i>Brand Image</i>	55
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif <i>E-Service Quality</i>	56
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif <i>Repurchase Intention</i>	57
Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif <i>E-Satisfaction</i>	58
Tabel 4. 10 KMO and Barlett's Test Variabel <i>Brand Image</i>	59
Tabel 4. 11 EFA dan Uji Reabilitas Variabel <i>Brand</i>	59
Tabel 4. 12 KMO and <i>Barlett's Test</i> Variabel <i>E-Service Quality</i>	60
Tabel 4. 13 EFA dan Cronboach's Alpha Variabel <i>E-Service Quality</i>	60
Tabel 4. 14 KMO and <i>Barlett's Test</i> Variabel <i>Repurchase Intention</i>	61
Tabel 4. 15 EFA dan Uji Reliabilitas Variabel <i>Repurchase Intention</i>	61
Tabel 4. 16 KMO and <i>Barlett's Test</i> Variabel <i>E-Satisfaction</i>	62
Tabel 4. 17 EFA dan Uji Reliabilitas Variabel <i>E-Satisfaction</i>	62
Tabel 4. 18 Hasil Uji <i>First Construct</i> Variabel <i>Brand Image</i>	63
Tabel 4. 19 Hasil Uji <i>First Construct</i> Variabel <i>E-Service Quality</i>	64
Tabel 4. 20 Hasil Uji <i>First Construct</i> Variabel <i>E-Satisfaction</i>	64
Tabel 4. 21 Hasil Uji <i>First Construct</i> Variabel <i>Repurchase Intention</i>	65
Tabel 4. 22 Hasil <i>Full Model</i> SEM AMOS.....	66
Tabel 4. 23 Hasil Uji <i>Fitted Model</i> SEM AMOS.....	67
Tabel 4. 24 Hasil Pernyataan Indikator <i>Fitted Mode</i>	68
Tabel 4. 25 Hasil Uji Hipotesis Langsung	70
Tabel 4. 26 Hasil Uji Hipotesis Tidak Langsung	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	95
Lampiran 2 Tabulasi Hasil Kuesioner	101
Lampiran 3 Lembar Persetujuan Sidang Skripsi	102
Lampiran 4 Lembar Perbaikan SUP	103
Lampiran 5 Lembar Konsultasi	104
Lampiran 6 EFA dan Crobachis Alpha	106
Lampiran 7 Biodata Hidup	115

