

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
LEMBAR ORISINALITAS	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Teori Pendukung	12
2.1.1 <i>E-Loyalty</i>	12
2.1.2 <i>E-Service Quality</i>	14
2.1.3 <i>E-Trust</i>	16
2.1.4 <i>E-Satisfaction</i>	17
2.2 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis	19
2.2.1 Kerangka Hipotesis	19
2.2.2 Pengembangan Hipotesis	20
2.3 Tinjauan Penelitian Terdahulu	27
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	30
3.2 Desain Penelitian	30
3.2.1 Jenis Data	31

3.3 Populasi dan Sampel	31
3.3.1 Populasi	31
3.3.2 Sampel	31
3.4 Pengembangan Instrumen	32
3.4.1 Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>)	32
3.4.2 Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>)	32
3.4.3 Variabel Mediasi (<i>Intervening Variable</i>)	33
3.5 Teknik Pengumpulan Data	35
3.6 Skala Pengukuran	36
3.7 Teknik Analisis Data	36
3.7.1 Analisis Deskriptif	37
3.7.2 Uji Validitas	37
3.7.3 Uji Reliabilitas	37
3.7.4 Uji <i>fit model</i>	37
3.7.5 Uji Hipotesis	39
BAB IV PEMBAHASAN	41
4.1 Deskripsi Data	41
4.1.1 Karakteristik Responden	41
4.1.2 Analisis Deskriptif	46
4.2 Hasil Pengujian	52
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Data	52
4.2.2 <i>Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i>	56
4.2.3 <i>Fitted Model</i>	61
4.2.4 Uji Hipotesis	62
4.3 Pembahasan	64
4.3.1 Intepretasi <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i>	64
4.3.2 Intepretasi <i>E-Trust</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i>	64
4.3.3 Intepretasi <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Loyalty</i>	64
4.3.4 Intepretasi <i>E-Trust</i> terhadap <i>E- Loyalty</i>	65
4.3.5 Intepretasi <i>E-Satisfaction</i> terhadap <i>E- Loyalty</i>	65
4.3.6 Intepretasi <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Loyalty</i> melalui <i>E-Satisfaction</i>	66

4.3.7 Intepretasi <i>E-Trust</i> terhadap <i>E-Loyalty</i> melalui <i>E-Satisfaction</i>	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	68
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Implikasi.....	69
5.2.1 Implikasi Teoretis	69
5.2.2 Implikasi Praktis	70
5.3 Keterbatasan Penelitian	72
5.4 Rekomendasi Penelitian Selanjutnya	72
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	84

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Keluhan pengguna di <i>App Store</i>	5
Tabel 1. 2 Keluhan di <i>App Store</i> terkait <i>E-Trust</i>	8
Tabel 2. 1 Penelitian yang Relevan	27
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	33
Tabel 3. 2 Skala <i>Likert</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 3 <i>Goodness of Fit Indices</i>	39
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	43
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	43
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	44
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	45
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Transaksi di Aplikasi Zalora dalam Enam Bulan Terakhir	45
Tabel 4. 8 Deskriptif Variabel <i>E-Service Quality</i>	46
Tabel 4. 9 Deskriptif Variabel <i>E-Trust</i>	49
Tabel 4. 10 Deskriptif Variabel <i>E-Satisfaction</i>	50
Tabel 4. 11 Deskriptif Variabel <i>E-Loyalty</i>	51
Tabel 4. 12 Hasil <i>KMO and Barlett's Test</i> Variabel <i>E-Service Quality</i>	52
Tabel 4. 13 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>E-Service Quality</i>	53
Tabel 4. 14 Hasil <i>KMO and Barlett's Test</i> Variabel <i>E-Trust</i>	54
Tabel 4. 15 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>E-Trust</i>	54
Tabel 4. 16 Hasil <i>KMO and Barlett's Test</i> Variabel <i>E-Satisfaction</i>	54
Tabel 4. 17 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>E-Satisfaction</i>	55
Tabel 4. 18 Hasil <i>KMO and Barlett's Test</i> Variabel <i>E-Loyalty</i>	55
Tabel 4. 19 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>E-Loyalty</i>	55
Tabel 4. 20 Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>E-Service Quality</i>	57
Tabel 4. 21 Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>E-Trust</i>	58

Tabel 4. 22 Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>E-Satisfaction</i>	59
Tabel 4. 23 Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>E-Loyalty</i>	60
Tabel 4. 24 Hasil Uji <i>First Order Construct Full Model</i>	62
Tabel 4. 25 Hasil Uji Hipotesis	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah konsumen <i>e-commerce</i> di Indonesia.....	2
Gambar 1. 2 Persaingan Toko <i>Online</i> di Indonesia.....	3
Gambar 2. 1 Skema Kerangka Teoritik Penelitian.....	19
Gambar 4. 1 Model <i>First Order Construct</i> Variabel <i>E-Service Quality</i>	56
Gambar 4. 2 Model <i>First Order Construct</i> Variabel <i>E-Trust</i>	58
Gambar 4. 3 Model <i>First Order Construct</i> Variabel <i>E-Satisfaction</i>	59
Gambar 4. 4 Model <i>First Order Construct</i> Variabel <i>E-Loyalty</i>	60
Gambar 4. 5 Hasil uji <i>t-value</i> Lisrel.....	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Draft Kuesioner	84
Lampiran 2. Deskripsi Responden	88
Lampiran 3. Uji Validitas dan Reliabilitas	90
Lampiran 4. Uji Reliabilitas	95
Lampiran 5. <i>First Order Construct</i>	98
Lampiran 6. Uji Hipotesis	106
Lampiran 7. Hasil Kuesioner Penelitian	107
Lampiran 8. Hasil Cek Turnitin	108
Lampiran 9. Riwayat Hidup Penulis	109