

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	14
1.4.1 Manfaat Teoritis	14
1.4.2 Manfaat Praktis	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA	17
2.1 Teori Pendukung.....	17
2.1.1 <i>E-Service Quality</i>	17
2.1.2 <i>E-Trust</i>	19
2.1.3 <i>Perceived Usefulness</i>	23
2.1.4 <i>E-Satisfaction</i>	25
2.1.5 <i>E-Loyalty</i>	27
2.2 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis	29
2.2.1 <i>E-Service Quality</i> dan <i>E-Satisfaction</i>	29
2.2.2 <i>E-Trust</i> dan <i>E-Satisfaction</i>	30
2.2.3 <i>Perceived Usefulness</i> dan <i>E-Satisfaction</i>	32

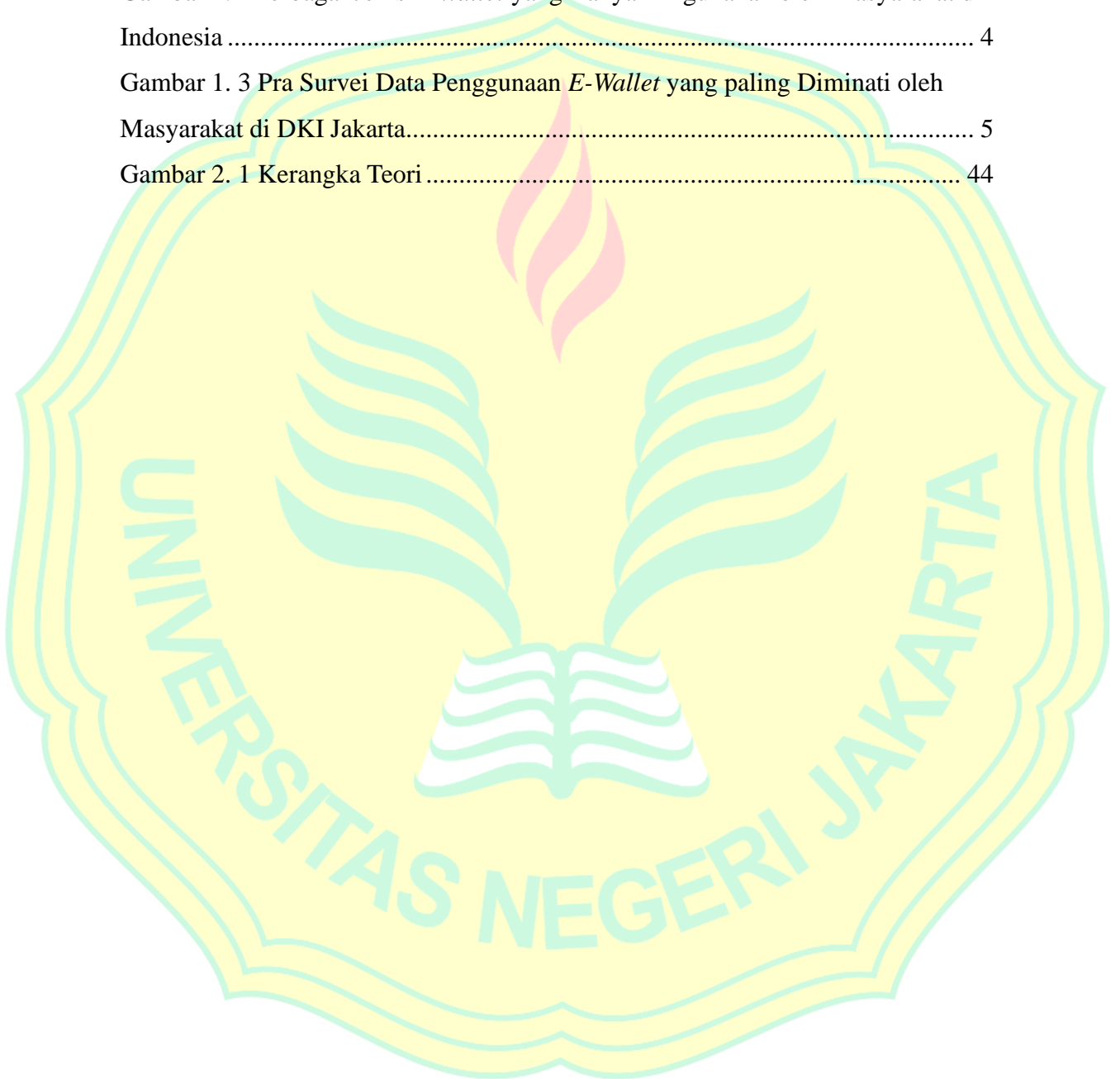
2.2.4 <i>E-Service Quality</i> dan <i>E-Loyalty</i>	34
2.2.5 <i>E-Satisfaction</i> dan <i>E-Loyalty</i>	35
2.2.6 <i>Perceived Usefulness</i> dan <i>E-Loyalty</i>	37
2.2.7 <i>E-Service Quality</i> , <i>E-Satisfaction</i> , dan <i>E-Loyalty</i>	39
2.2.8 <i>E-Trust</i> , <i>E-Satisfaction</i> , dan <i>E-Loyalty</i>	41
2.2.9 <i>Perceived Usefulness</i> , <i>E-Satisfaction</i> , dan <i>E-Loyalty</i>	42
BAB III METODE PENELITIAN	48
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	48
3.2 Desain Penelitian	48
3.3 Populasi dan Sampel.....	49
3.4 Pengembangan Instrumen.....	50
3.4.1 Instrumen <i>E-Service Quality</i>	51
3.4.2 Instrumen <i>E-Trust</i>	52
3.4.3 Instrumen <i>Perceived Usefulness</i>	53
3.4.4 Instrumen <i>E-Satisfaction</i>	54
3.4.5 Instrumen <i>E-Loyalty</i>	55
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.6 Teknik Analisis Data.....	58
3.6.1 Analisa <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran).....	58
3.6.2 Analisa <i>Inner Model</i> (Model Struktural).....	61
3.6.3 Uji Hipotesis	62
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	63
4.1 Deskripsi Data	63
4.2 Hasil.....	76
4.2.1 Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	76
4.2.2 Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	82
4.3 Pembahasan	87
4.3.1 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i>	87
4.3.2 Pengaruh <i>E-Trust</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i>	88
4.3.3 Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i>	90
4.3.4 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Loyalty</i>	91
4.3.5 Pengaruh <i>E-Satisfaction</i> terhadap <i>E-Loyalty</i>	93

4.3.6 Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>E-Loyalty</i>	94
4.3.7 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Loyalty</i> Melalui <i>E-Satisfaction</i> 96	
4.3.8 Pengaruh <i>E-Trust</i> terhadap <i>E-Loyalty</i> Melalui <i>E-Satisfaction</i>	98
4.3.9 Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>E-Loyalty</i> Melalui <i>E-Satisfaction</i>	99
BAB V PENUTUP	101
5.1 Kesimpulan	101
5.2 Implikasi	104
5.3 Keterbatasan Penelitian	105
5.4 Rekomendasi Bagi Peneliti Selanjutnya	105
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN-LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2012-2023	1
Gambar 1.2 Berbagai Jenis <i>E-Wallet</i> yang Banyak Digunakan oleh Masyarakat di Indonesia	4
Gambar 1. 3 Pra Survei Data Penggunaan <i>E-Wallet</i> yang paling Diminati oleh Masyarakat di DKI Jakarta.....	5
Gambar 2. 1 Kerangka Teori	44



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Contoh Komentar Negatif Pengguna terhadap ShopeePay	7
Tabel 1. 2 Komentar Negatif Pengguna terhadap ShopeePay.....	7
Tabel 1. 3 Contoh Kasus Pengguna ShopeePay Tidak Bisa Menghubungi <i>Customer Service</i>	8
Tabel 1. 4 Contoh Kasus Kekecewaan dari Pengguna ShopeePay	9
Tabel 1. 5 Komentar Negatif Pengguna ShopeePay terhadap <i>E-Loyalty</i> Penggunanya	10
Tabel 2. 1 Hipotesis Penelitian.....	45
Tabel 3. 1 Indikator <i>E-Service Quality</i>	51
Tabel 3. 2 Indikator <i>E-Trust</i>	52
Tabel 3. 3 Indikator <i>Perceived Usefulness</i>	53
Tabel 3. 4 Indikator <i>E-Satisfaction</i>	55
Tabel 3. 5 Indikator <i>E-Loyalty</i>	56
Tabel 3. 6 Skala <i>Likert</i>	57
Tabel 4. 1 Pertanyaan Penyaringan Responden	63
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan yang Telah Ditamatkan	65
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	65
Tabel 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	66
Tabel 4. 6 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan dalam Sebulan	67
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Variabel <i>E-Service Quality</i>	67
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif Variabel <i>E-Trust</i>	69
Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	71
Tabel 4. 10 Analisis Deskriptif Variabel <i>E-Satisfaction</i>	73
Tabel 4. 11 Analisis Deskriptif Variabel <i>E-Loyalty</i>	74
Tabel 4. 12 Hasil <i>Outer Loading</i> Setelah Perhitungan.....	76
Tabel 4. 13 Hasil <i>Discriminant Validity Cross Loadings</i>	79
Tabel 4. 14 Hasil <i>Heterotrait Monotrait Ratio (HTMT)</i>	80

Tabel 4. 15 Hasil <i>Construct Reliability and Validity</i>	80
Tabel 4. 16 Hasil Perhitungan R-Square	82
Tabel 4. 17 Hasil Uji VIF	83
Tabel 4. 18 Hasil <i>Path Coefficients</i>	84
Tabel 4. 19 Hasil <i>Indirect Effect</i>	86



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Persetujuan Sidang Skripsi	119
Lampiran 2: Kartu Konsultasi Skripsi.....	120
Lampiran 3: Form Saran dan Perbaikan Skripsi	121
Lampiran 4: Lembar Persetujuan Hasil Perbaikan Skripsi	122
Lampiran 5: Hasil Turnitin.....	123
Lampiran 6: Kuesioner Penelitian	124
Lampiran 7: Data 177 Responden.....	129
Lampiran 8: Tabulasi Data <i>E-Service Quality</i> (X1).....	135
Lampiran 9: Tabulasi Data <i>E-Trust</i> (X2).....	139
Lampiran 10: Tabulasi Data <i>Perceived Usefulness</i> (X3)	144
Lampiran 11: Tabulasi Data <i>E-Satisfaction</i> (Y).....	149
Lampiran 12: Tabulasi Data <i>E-Loyalty</i> (Z)	154