

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
LEMBAR ORISINALITAS	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1 Manfaat Teoretis.....	13
1.4.2 Manfaat Praktis	14
1.5 Keterbaruan Penelitian	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA	16
2.1 Teori Pendukung.....	16

2.1.1	<i>Repurchase Intention</i>	16
2.1.2	<i>Customer Satisfaction</i>	19
2.1.3	<i>E-Service Quality</i>	21
2.1.4	<i>Perceived Value</i>	23
2.2	Hasil Penelitian yang Relevan.....	25
2.3	Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis.....	34
2.3.1	<i>E-service quality terhadap customer satisfaction</i>	34
2.3.2	<i>Perceived value terhadap customer satisfaction</i>	35
2.3.3	<i>E-service quality terhadap repurchase intention</i>	36
2.3.4	<i>Perceived value terhadap repurchase intention</i>	38
2.3.5	<i>Customer satisfaction terhadap repurchase intention</i>	39
2.3.6	<i>E-service quality terhadap repurchase intention melalui customer satisfaction</i>	40
2.3.7	<i>Perceived value terhadap repurchase intention melalui customer satisfaction</i>	41
2.4	Kerangka Konseptual	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		43
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian	43
3.2	Desain Penelitian	43
3.3	Populasi dan Sampel	44

3.3.1	Populasi.....	44
3.3.2	Sampel.....	44
3.4	Pengembangan Instrumen	47
3.5	Teknik Pengumpulan Data	51
3.6	Teknik Analisis Data.....	52
3.6.1	Analisis Deskriptif	53
3.6.2	Uji Validitas.....	53
3.6.3	Uji Reliabilitas	54
3.6.4	Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	55
3.6.5	Kesesuaian model.....	55
3.6.6	Uji Hipotesis	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		60
4.1	Deskripsi Data	60
4.1.1	Profil Responden.....	60
4.2	Hasil.....	74
4.2.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	74
4.2.2	Uji Kesesuaian Model.....	76
4.2.3	Uji Pengaruh Langsung dan Tidak langsung	80
4.2.4	Uji Hipotesis	82
4.3	Pembahasan	86

4.3.1	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	86
4.3.2	Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	87
4.3.3	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	89
4.3.4	Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	90
4.3.5	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> ...	91
4.3.6	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	93
4.3.7	Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	94
BAB V PENUTUP		97
5.1	Kesimpulan.....	97
5.2	Implikasi.....	98
5.2.1	Implikasi Teoretis	98
5.2.2	Implikasi Praktis	99
5.3	Keterbatasan Penelitian	102
5.4	Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	102
DAFTAR PUSTAKA.....		104
LAMPIRAN.....		111
RIWAYAT HIDUP PENULIS		127

DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1 Pertumbuhan dan Proyeksi Transaksi <i>E-commerce</i> di Indonesia (2018-2024).....	2
Gambar I. 2 Logo Astro	3
Gambar I. 3 Keluhan Konsumen terhadap Aplikasi Astro	6
Gambar I. 4 Keluhan Pengguna terhadap Aplikasi Astro	8
Gambar I. 5 Respon Astro terhadap Keluhan Konsumen	9
Gambar I. 6 Potongan Harga yang Ditawarkan oleh Astro.....	10
Gambar II. 1 Kerangka Penelitian.....	42
Gambar III. 1 Jumlah Transaksi <i>E-commerce</i> Berdasarkan Usia.....	46
Gambar III. 2 Model SEM	59
Gambar IV. 1 Hasil Uji <i>Standardized Total Effect</i> Lisrel <i>Full Model</i>	77
Gambar IV. 2 Hasil Uji <i>Standardized Total Effect</i> Lisrel <i>Fit Model</i>	78
Gambar IV. 3 Hasil Uji <i>T-Value</i> Lisrel <i>Fit Model</i>	83

DAFTAR TABEL

Tabel II. 1 Penelitian yang Relevan	31
Tabel III. 1 Timeline Penelitian.....	43
Tabel III. 2 Indikator Variabel E-Service Quality	47
Tabel III. 3 Indikator Variabel <i>Perceived Value</i>	48
Tabel III. 4 Indikator Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	49
Tabel III. 5 Indikator Variabel <i>Repurchase Intention</i>	50
Tabel III. 6 Nilai Skala Likert	52
Tabel III. 7 <i>Goodness of Fit Indices</i>	58
Tabel IV. 1 Pertanyaan Screening Kuesioner	60
Tabel IV. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
Tabel IV. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	62
Tabel IV. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	64
Tabel IV. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	65
Tabel IV. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	66
Tabel IV. 7 Analisis Deskriptif <i>E-Service Quality</i>	67
Tabel IV. 8 Analisis Deskriptif <i>Perceived Value</i>	69
Tabel IV. 9 Analisis Deskriptif <i>Customer Satisfaction</i>	71
Tabel IV. 10 Analisis Deskriptif <i>Repurchase Intention</i>	73
Tabel IV. 11 Hasil Uji Validitas	75
Tabel IV. 12 Hasil Uji Reliabilitas	76
Tabel IV. 13 Tabel <i>Goodness of Fit Indices Full Model</i>	77
Tabel IV. 14 Tabel <i>Goodness of Fit Indices Fit Model</i>	78

Tabel IV. 15 Pernyataan indikator <i>Fit Model</i>	79
Tabel IV. 16 Hasil Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	80
Tabel IV. 17 Hasil Uji Hipotesis.....	82



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	111
Lampiran 2 Profil Responden	119
Lampiran 3 Uji Validitas <i>E-Service Quality</i>	121
Lampiran 4 Uji Validitas <i>Perceived Value</i>	122
Lampiran 5 Uji Validitas <i>Customer Satisfaction</i>	123
Lampiran 6 Uji Validitas <i>Repurchase Intention</i>	124
Lampiran 7 Uji Reliabilitas.....	125
Lampiran 8 Hasil Pindai Uji Kemiripan Naskah	126

