

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Teoritis	13
1.4.2 Manfaat Praktis	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	14
2.1 Teori Pendukung.....	14
2.1.1 <i>Expectation Confirmation Model (ECM)</i>	14
2.1.2 <i>Continuance Intention</i>	15
2.1.3 <i>Perceived Ease of Use</i>	16
2.1.4 <i>Perceived Usefulness</i>	17

2.1.5 <i>Trust</i>	18
2.1.6 <i>Customer Satisfaction</i>	19
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Pengembangan Hipotesis dan Kerangka Teoritis	26
2.3.1 Pengembangan Hipotesis	26
2.3.2 Kerangka Teoritis.....	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	32
3.2 Desain Penelitian.....	32
3.3 Populasi dan Sampel	33
3.3.1 Populasi	33
3.3.2 Sampel.....	33
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	35
3.5 Pengembangan Instrumen.....	35
3.5.1 <i>Continuance Intention</i>	35
3.5.2 <i>Perceived Ease of Use</i>	36
3.5.3 <i>Perceived Usefulness</i>	37
3.5.4 <i>Trust</i>	39
3.5.5 <i>Customer Satisfaction</i>	40
3.6 Skala Pengukuran Data	41
3.7 Teknik Analisis Data.....	42
3.7.1 Analisis Deskriptif	42
3.7.2 Analisis <i>Structural Equation Model – Partial Least Squares</i>	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Deskripsi Data.....	46
4.1.1 Analisis Deskriptif Responden.....	46

4.1.2 Analisis Deskriptif Variabel.....	50
4.2 Hasil Analisis Data SEM-PLS	55
4.2.1 Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	56
4.2.2 Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	61
4.2.3 Uji Hipotesis (<i>Path Coefficient</i>).....	65
4.3 Pembahasan.....	66
4.3.1 Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	66
4.3.2 Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	68
4.3.3 Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	69
4.3.4 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Continuance Intention</i>	70
BAB V PENUTUP	72
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Implikasi.....	73
5.2.1 Implikasi Teoritis	73
5.2.2 Implikasi Praktis.....	73
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	76
5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN.....	86

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Nilai Transaksi <i>E-commerce</i> di Indonesia 2019-2024.....	3
Gambar 1. 2 Tampilan Aplikasi Klik Indomaret	6
Gambar 1. 3 Pengetahuan Konsumen Mengenai Aplikasi <i>Online Grocery</i> di Indonesia	7
Gambar 2. 1 Model Kerangka Teori	30
Gambar 4. 1 Hasil Algoritma SEM-PLS.....	57



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Situs <i>E-Commerce</i> yang Paling Diminati untuk <i>Grocery Shopping</i>	5
Tabel 1. 2 Aplikasi <i>Online Grocery</i> yang Digunakan dalam Enam Bulan Terakhir per 2024.....	8
Tabel 1. 3 Ulasan Pengguna Aplikasi Klik Indomaret di Google Play Store dalam Tiga Bulan Terakhir	8
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3. 1 Indikator <i>Continuance Intention</i>	36
Tabel 3. 2 Indikator <i>Perceived Ease of Use</i>	37
Tabel 3. 3 Indikator <i>Perceived Usefulness</i>	38
Tabel 3. 4 Indikator <i>Trust</i>	39
Tabel 3. 5 Indikator <i>Customer Satisfaction</i>	41
Tabel 3. 6 Skor Skala <i>Likert</i>	41
Tabel 4. 1 Deskripsi Responden Menurut Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4. 2 Deskripsi Responden Menurut Usia	47
Tabel 4. 3 Deskripsi Responden Menurut Domisili	47
Tabel 4. 4 Deskripsi Responden Menurut Tingkat Pendidikan	48
Tabel 4. 5 Deskripsi Responden Menurut Status Pekerjaan	48
Tabel 4. 6 Deskripsi Responden Menurut Penghasilan	49
Tabel 4. 7 Deskripsi Responden Menurut Durasi Penggunaan Aplikasi	50
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	51
Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	52
Tabel 4. 10 Analisis Deskriptif Variabel <i>Trust</i>	53
Tabel 4. 11 Analisis Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	54
Tabel 4. 12 Analisis Deskriptif Variabel <i>Continuance Intention</i>	55
Tabel 4. 13 Hasil Algoritma SEM-PLS	57
Tabel 4. 14 Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	59
Tabel 4. 15 Nilai <i>Cross Loading</i>	59
Tabel 4. 16 Hasil Uji <i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i>	60
Tabel 4. 17 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	61

Tabel 4. 18 Nilai VIF	62
Tabel 4. 19 Nilai VIF pada <i>Inner Model</i>	63
Tabel 4. 20 Nilai <i>R-Square</i>	63
Tabel 4. 21 Nilai <i>F-Square</i>	64
Tabel 4. 22 Nilai <i>Q-Square</i>	64
Tabel 4. 23 Hasil Uji Hipotesis	65



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner.....	86
Lampiran 2: Hasil Cek Plagiarisme Turnitin	93
Lampiran 3: Hasil Output SPSS.....	94
Lampiran 4: Hasil Output SmartPLS	100
Lampiran 5: Form dan Saran Perbaikan Skripsi	104
Lampiran 6: Surat Persetujuan Sidang Skripsi	106
Lampiran 7: Daftar Riwayat Hidup.....	107



Intelligentia - Dignitas