

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiiiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kebaruan Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
A. Latar Belakang Teori	8
1. Kepuasan Pelanggan (<i>Costomer Satisfaction</i>)	8
2. Manfaat yang Dirasakan (<i>Perceived Usefulness</i>)	11
3. Kenikmatan yang Dirasakan (<i>Perceived Enjoyment</i>)	13
B. Kerangka Teori dan Hipotesis	14
1. Manfaat yang Dirasakan dan Kepuasan Pelanggan	14
2. Kenikmatan yang Dirasakan dan Kepuasan Pelanggan	15
3. Kenikmatan yang Dirasakan dan Manfaat yang Dirasakan	15
BAB III METODE PENELITIAN	18
A. Waktu dan Tempat Penelitian	18
1. Waktu Penelitian	18
2. Tempat Penelitian	18
B. Pendekatan Penelitian	18

C. Populasi dan Sampel	19
1. Populasi	19
2. Sampel	19
D. Penyusunan Instrumen	20
1. Kepuasan Pelanggan (Y)	20
2. Manfaat yang Dirasakan (X1)	20
3. Kenikmatan yang Dirasakan (X2)	21
E. Teknik Pengumpulan Data	21
F. Teknik Analisis Data	22
1. Analisis Deskriptif	22
2. Uji Validitas	23
3. Uji Reabilitas	24
4. Uji Hipotesis	24
5. <i>Pilot Study</i>	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
A. Deskriptif Data	36
B. Hasil Analisis Data	38
1. Analisis Deskriptif	38
2. <i>Exploratory Factor Analysis</i>	42
3. <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	48
4. <i>Fit Model</i>	49
5. Pengujian Hipotesis	50
C. Pembahasan	52
1. Manfaat yang Dirasakan dengan Kepuasan Pelanggan	52
2. Kenikmatan yang Dirasakan dengan Kepuasan Pelanggan	53
3. Kenikmatan yang Dirasakan dengan Manfaat yang Dirasakan	53
BAB V PENUTUP	55
A. Kesimpulan	55
B. Implikasi	56
C. Keterbatasan Penelitian	57
D. Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya	58
DAFTAR PUSTAKA	60

LAMPIRAN.....	64
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	103

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penggunaan Internet di Indonesia	2
Gambar 1.2 Survei Pengaruh Masalah Saat Berbelanja di <i>Marketplace</i> Shopee ...	5
Gambar 2.3 Model Penelitian	16
Gambar 4.4 <i>Output Confirmatory Factor Analysis</i> Model Awal	48
Gambar 4.5 <i>Output Confirmatory Factor Analysis</i> Fit Model.....	49
Gambar 4.6 <i>Output</i> Hasil Pengujian Hipotesis	51

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Survei Masalah dalam Berbelanja di <i>Marketplace</i> Shopee	4
Tabel 1.2 Hasil Survei Masalah dalam Berbelanja di <i>Marketplace</i> Shopee	5
Tabel 2.3 Kerangka Teoritik	16
Tabel 3.4 Kisi-kisi Instrumen Kepuasan Pelanggan	20
Tabel 3.5 Kisi-kisi Instrumen Manfaat yang Dirasakan	20
Tabel 3.6 Kisi-kisi Instrumen Kenikmatan yang Dirasakan	21
Tabel 3.7 Skala Pengukuran <i>Likert</i> Genap	22
Tabel 3.8 Nilai <i>Loading Significant</i> EFA Berdasarkan Jumlah Sampel	23
Tabel 3.9 <i>Goodness of Fit Indices</i>	27
Tabel 3.10 Jenis Kelamin Responden	28
Tabel 3.11 Usia Responden	28
Tabel 3.12 Status Pekerjaan Responden	28
Tabel 3.13 Tempat Tinggal Responden	29
Tabel 3.14 Pendidikan Terakhir Responden	29
Tabel 3.15 Hasil MSA dan <i>Bartlett's</i> Variabel Kepuasan Pelanggan	29
Tabel 3.16 Hasil <i>Eigenvalues</i> Variabel Kepuasan Pelanggan	30
Tabel 3.17 Hasil <i>Factor Loading</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> Variabel Kepuasan Pelanggan	31
Tabel 3.18 Hasil MSA dan <i>Bartlett's</i> Variabel Manfaat yang Dirasakan	31
Tabel 3.19 Hasil <i>Eigenvalues</i> Variabel Manfaat yang Dirasakan	32
Tabel 3.20 Hasil <i>Factor Loading</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> Variabel Manfaat yang Dirasakan	33
Tabel 3.21 Hasil MSA dan <i>Bartlett's</i> Variabel Kenikmatan yang Dirasakan	33
Tabel 3.22 Hasil <i>Eigenvalues</i> Variabel Kenikmatan yang Dirasakan	34
Tabel 3.23 Hasil <i>Factor Loading</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> Variabel Kenikmatan yang Dirasakan	35
Tabel 4.24 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel 4.25 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	36
Tabel 4.26 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	37
Tabel 4.27 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	37
Tabel 4.28 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	38
Tabel 4.29 Statiska Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan	39
Tabel 4.30 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Pelanggan	39
Tabel 4.31 Statiska Deskriptif Variabel Manfaat yang Dirasakan	40
Tabel 4.32 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Manfaat yang Dirasakan	40
Tabel 4.33 Statiska Deskriptif Variabel Kenikmatan yang Dirasakan	41

Tabel 4.34 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Kenikmatan yang Dirasakan.....	42
Tabel 4.35 Hasil MSA dan <i>Bartlett's</i> Variabel Kepuasan Pelanggan.....	42
Tabel 4.36 Hasil <i>Eigenvalues</i> Variabel Kepuasan Pelanggan	43
Tabel 4.37 Hasil <i>Factor Loading</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> Variabel Kepuasan Pelanggan	43
Tabel 4.38 Hasil MSA dan <i>Bartlett's</i> Variabel Manfaat yang Dirasakan	44
Tabel 4.39 Hasil <i>Eigenvalues</i> Variabel Manfaat yang Dirasakan.....	44
Tabel 4.40 Hasil <i>Factor Loading</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> Variabel Manfaat yang Dirasakan.....	45
Tabel 4.41 Hasil MSA dan <i>Bartlett's</i> Variabel Kenikmatan yang Dirasakan.....	46
Tabel 4.42 Hasil <i>Eigenvalues</i> Variabel Kenikmatan yang Dirasakan	46
Tabel 4.43 Hasil <i>Factor Loading</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> Variabel Kenikmatan yang Dirasakan.....	47
Tabel 4.44 Hasil Pengujian GOF Model Awal	48
Tabel 4.45 Hasil Pengujian GOF Model Fit	50
Tabel 4.46 <i>Regression Weights: (Group number 1 – Default model)</i>	51
Tabel 4.47 <i>Standardized Regression Weights: (Group number 1 – Default model)</i>	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Penelitian.....	64
Lampiran 2 Kartu Konsultasi	65
Lampiran 3 Lembar Saran dan Perbaikan	66
Lampiran 4 Survei Awal	67
Lampiran 5 Kuesioner <i>Pilot Studi</i> dan Penelitian (Final)	69
Lampiran 6 Lampiran Jawaban Para Responden <i>Pilot Studi</i>	72
Lampiran 7 Hasil <i>Exploratory Factor Analysis</i> (EFA) <i>Pilot Studi</i>	73
Lampiran 8 Uji Realibilitas <i>Pilot Studi</i>	76
Lampiran 9 Data Responden <i>Pilot Studi</i>	78
Lampiran 10 Jawaban Responden Kuesioner Final	80
Lampiran 11 Hasil Explaratory Factor Analysis (EFA) Penelitian (Final).....	84
Lampiran 12 Hasil Reabilitas Penelitian (Final)	87
Lampiran 13 Hasil <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA) Model Awal	89
Lampiran 14 Hasil <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA) Model Fit	91
Lampiran 15 Hasil Pengujian Hipotesis.....	92
Lampiran 16 Data Responden Final.....	94
Lampiran 17 Surat Keterangan Hasil Pindai Uji Kemiripan Naskah	102