

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Pertanyaan Penelitian	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Kebaruan Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
A. Latar Belakang Teori.....	14
1. <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)	14
2. Kepuasan Pelanggan (<i>Satisfaction</i>)	15
3. Persepsi Kemudahan Penggunaan (<i>Perceived Ease Of Use</i>)	23
4. Manfaat yang Dirasakan (<i>Perceived Usefulness</i>).....	26
B. Kerangka Teoritik dan Hipotesis	30
1. Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Manfaat yang Dirasakan.....	30
2. Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kepuasan Pelanggan.....	31

3. Manfaat yang Dirasakan dan Kepuasan Pelanggan.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Waktu dan Tempat Penelitian	36
1. Waktu Penelitian	36
2. Tempat Penelitian.....	36
B. PENDEKATAN PENELITIAN.....	37
1. Metode.....	37
2. Kontelasi Hubungan Antara Variabel	37
C. POPULASI DAN SAMPEL	39
1. Populasi	39
2. Sampel.....	39
D. PENYUSUNAN INSTRUMEN	41
1. Kepuasan Pelanggan (Variabel Y)	41
2. Persepsi Kemudahan Penggunaan (Variabel X ₁)	42
3. Manfaat yang Dirasakan (Variabel X ₂)	43
4. Skala Pengukuran	45
E. TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	46
F. TEKNIK ANALISIS DATA	46
1. Analisis Deskriptif.....	46
2. Uji Validitas	47
3. Uji Reabilitas	49
4. Uji Hipotesis.....	49
5. <i>Pilot Study</i>	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	64
A. Deskripsi Data.....	64
B. Hasil Analisis Data.....	68
1. Analisis Deskriptif.....	68
2. Exploratory Factor Analysis	72
3. Confirmatory Factor Analysis	79
4. Fit Model	80

5. Pengujian Hipotesis	81
C. Pembahasan.....	85
1. Persepsi Kemudahan Penggunaan dengan Manfaat yang Dirasakan	85
2. Persepsi Kemudahan Penggunaan dengan Kepuasan Pelanggan.....	85
3. Manfaat yang Dirasakan dengan Kepuasan Pelanggan.....	86
BAB V PENUTUP.....	87
A. Kesimpulan	87
B. Implikasi.....	90
C. Keterbatasan Penelitian.....	91
D. Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	92
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN.....	99
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	147

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Kendala yang Dihadapi Pelanggan Lazada	7
Tabel 2.2 Kerangka Teoritik	35
Tabel 3.3 Instrumen Kepuasan Pelanggan	42
Tabel 3.4 Instrumen Persepsi Kemudahan Penggunaan	43
Tabel 3.5 Instrumen Manfaat yang Dirasakan	44
Tabel 3.6 Skala Pengukuran <i>Likert</i> Genap.....	45
Tabel 3.7 Nilai <i>Loading Significant</i> EFA Berdasarkan Jumlah Sampel.....	48
Tabel 3.8 <i>Goodness of Fit Indices</i>	53
Tabel 3.9 Domisili Responden yang Menggunakan Lazada.....	54
Tabel 3.10 Jenis Kelamin Responden yang Menggunakan Lazada.....	55
Tabel 3.11 Usia Responden yang Menggunakan Lazada	55
Tabel 3.12 Pendidikan Terakhir Responden yang Menggunakan Lazada.....	56
Tabel 3.13 Status Pekerjaan Responden yang Menggunakan Lazada	56
Tabel 3.14 Status Pernikahan Responden yang Menggunakan Lazada.....	57
Tabel 3.15 Hasil MSA dan <i>Bartlett's</i> Variabel Kepuasan Pelanggan.....	57
Tabel 3.16 Hasil <i>Eigenvalues</i> Variabel Kepuasan Pelanggan	58
Tabel 3.17 Hasil <i>Factor Loading</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> Variabel Kepuasan Pelanggan	58
Tabel 3.18 Hasil MSA dan <i>Bartlett's</i> Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan	59
Tabel 3.19 Hasil <i>Eigenvalues</i> Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	60
Tabel 3.20 Hasil <i>Factor Loading</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	61
Tabel 3.21 Hasil MSA dan <i>Bartlett's</i> Variabel Manfaat yang Dirasakan.....	61
Tabel 3.22 Hasil <i>Eigenvalues</i> Variabel Manfaat yang Dirasakan.....	62
Tabel 3.23 Hasil <i>Factor Loading</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> Variabel Manfaat yang Dirasakan	63

Tabel 4.24 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	64
Tabel 4.25 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
Tabel 4.26 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	65
Tabel 4.27 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	66
Tabel 4.28 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	67
Tabel 4.29 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan	67
Tabel 4.30 Statiska Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan.....	68
Tabel 4.31 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Pelanggan	69
Tabel 4.32 Statistika Deskriptif Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	70
Tabel 4.33 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan	70
Tabel 4.34 Statistika Deskriptif Variabel Manfaat yang Dirasakan	71
Tabel 4.35 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Manfaat yang Dirasakan	72
Tabel 4.36 Hasil MSA dan <i>Bartlett's</i> Variabel Kepuasan Pelanggan	72
Tabel 4.37 Hasil <i>Eigenvalues</i> Variabel Kepuasan Pelanggan	73
Tabel 4.38 Hasil <i>Factor Loading</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> Variabel Kepuasan Pelanggan	74
Tabel 4.39 Hasil MSA dan <i>Bartlett's</i> Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan	74
Tabel 4.40 Hasil <i>Eigenvalues</i> Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	75
Tabel 4.41 Hasil <i>Factor Loading</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	76
Tabel 4.42 Hasil MSA dan <i>Bartlett's</i> Variabel Manfaat yang Dirasakan.....	76
Tabel 4.43 Hasil <i>Eigenvalues</i> Variabel Manfaat yang Dirasakan.....	77
Tabel 4.44 Hasil <i>Factor Loading</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> Variabel Manfaat yang Dirasakan	78
Tabel 4.45 Hasil Pengujian GOF Model Awal	79
Tabel 4.46 Hasil Pengujian GOF Model Fit	81
Tabel 4.47 <i>Regression Weights: (Group number 1 – Default model)</i>	83

Tabel 4.48 *Standardized Regression Weights: (Group number 1 – Default model)*
..... 83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Rata-Rata Rangkings <i>E-Commerce</i> di Indonesia pada Kuartal IV-2019	5
Gambar 1.2 Hasil Survei Awal Pelanggan Lazada	6
Gambar 2.3 Kondisi Kepuasan dan Ketidakpuasan Konsumen	20
Gambar 2.4 Model Penelitian	34
Gambar 3.5 Konstelasi Hubungan Antar Variabel	38
Gambar 4.6 <i>Output Confirmatory Factor Analysis</i> Model Awal	79
Gambar 4.7 <i>Output Confirmatory Factor Analysis</i> Fit Model.....	80
Gambar 4.8 <i>Output</i> Hasil Pengujian Hipotesis	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Penelitian Skripsi	99
Lampiran 2 Kartu Konsultasi	100
Lampiran 3 Format Saran dan Perbaikan	101
Lampiran 4 Survei Awal	102
Lampiran 5 Kuesioner <i>Pilot Study</i> dan Penelitian (Final)	104
Lampiran 6 Jawaban Pernyataan Para Responden <i>Pilot Study</i>	108
Lampiran 7 Hasil <i>Exploratory Factor Analysis (EFA) Pilot Study</i>	110
Lampiran 8 Hasil Uji Reliabilitas <i>Pilot Study</i>	115
Lampiran 9 Data Responden <i>Pilot Study</i>	119
Lampiran 10 Jawaban Responden Kuesioner Final	121
Lampiran 11 Hasil <i>Exploratory Factor Analysis (EFA) Penelitian</i>	126
Lampiran 12 Hasil Uji Coba Reliabilitas Penelitian (Final)	129
Lampiran 13 Hasil <i>Confirmatory Factor Analysis Model Awal</i>	132
Lampiran 14 Hasil <i>Confirmatory Factor Analysis Model Fit</i>	135
Lampiran 15 Hasil Pengujian Hipotesis	137
Lampiran 16 Data Responden Final	139