

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Pertanyaan Penelitian	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	15
1.5 Manfaat Penelitian.....	17
1.6 Lingkup Penelitian	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
2.1 Loyalitas	19
2.1.1 Loyalitas kesikapan.....	19
2.1.2 Loyalitas keperilakuan	20
2.2 Pengalaman Berbelanja Daring	21
2.2.1 Pengalaman Visual.....	22
2.2.2 Pengalaman Intelektual	23
2.2.3 Pengalaman Sosial	24
2.2.4 Pengalaman Pragmatis	25
2.2.5 Pengalaman Emosional	26
2.3 Tingkat kepercayaan pada <i>website</i>	27
2.4 Pengembangan Hipotesis	28

2.4.1	Pengaruh Pengalaman Visual, Intelektual, Sosial, dan Pragmatis pada Pengalaman Emosional	28
2.4.2	Pengaruh Pengalaman Visual, Intelektual, Sosial, Pragmatis, dan Emosional pada Loyalitas Kesikapan dan Loyalitas Keperilakuan	30
2.4.3	Efek Mediasi Pengalaman Emosional pada Hubungan Pengalaman Berbelanja dengan Loyalitas Kesikapan dan Loyalitas Keperilakuan	32
2.4.4	Pengaruh Loyalitas Kesikapan pada Loyalitas Keperilakuan	34
2.4.5	Efek Moderasi Kepercayaan pada <i>Website</i> terhadap Pengaruh Pengalaman Berbelanja dengan Loyalitas Kesikapan.....	35
2.4	Model Penelitian.....	36
BAB III METODE PENELITIAN.....		37
3.1	Desain Penelitian	37
3.2	Metode Pengumpulan Data	38
3.2.1	Populasi.....	38
3.2.2	Metode Pengambilan Sampel.....	38
3.2.3	Ukuran Sampel.....	39
3.2.4	Definisi Operasional Variabel.....	39
3.3	Metode Analisis Data	45
3.3.1	Analisis Deskriptif	45
3.3.2	Analisis SEM (Structural Equation Modeling)-PLS.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
4.1	Deskripsi Data	51
4.1.1	Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	51
4.2	Karakteristik Responden	51
4.3	Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	54
4.3.1	Uji Validitas Konvergen	54
4.3.2	Uji Validitas Diskriminan	56
4.3.3	Uji Reliabilitas	57
4.4	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	58

4.4.1	Variabel Pengalaman Visual	58
4.4.2	Variabel Pengalaman Intelektual	59
4.4.3	Variabel Pengalaman Sosial.....	60
4.4.4	Variabel Pengalaman Pragmatis	61
4.4.5	Variabel Pengalaman Emosional	62
4.4.6	Kepercayaan pada <i>Website (Website trustworthiness)</i>	63
4.4.7	Loyalitas Kesikapan	64
4.4.8	Loyalitas Keperilakuan	65
4.5	Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	65
4.6	Pengujian Hipotesis	67
4.6.1	Hipotesis Pertama (H1).....	70
4.6.2	Hipotesis Kedua (H2).....	73
4.6.3	Hipotesis Ketiga (H3)	76
4.6.4	Hipotesis Keempat (H4).....	80
4.6.5	Hipotesis Kelima (H5)	82
4.6.6	Hipotesis Keenam (H6).....	84
4.6.7	Hipotesis Ketujuh (H7)	85
4.6.8	Visualisasi Hasil Penelitian.....	89
4.7	Pembahasan	90
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		116
5.1	Simpulan.....	116
5.2	Implikasi Manajerial.....	123
5.3	Keterbatasan	128
5.4	Saran	129
DAFTAR PUSTAKA		131
LAMPIRAN.....		141

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pengunjung Perbulan Shopee dan Tokopedia 2020 - 2021	5
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran.....	40
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran (Lanjutan 1).....	41
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran (Lanjutan 2).....	42
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran (Lanjutan 3).....	43
Tabel 3.2 Rentang Nilai Penulisan Kuesioner	46
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden	52
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Konvergen Nilai AVE.....	55
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Diskriminan dengan Pendekatan Fornell-Larcker	56
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas	57
Tabel 4. 5 Statistik Deskriptif Variabel Pengalaman Visual.....	58
Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif Variabel Pengalaman Intelektual	59
Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif Variabel Pengalaman Sosial	60
Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif Variabel Pengalaman Pragmatis	61
Tabel 4. 9 Statistik Deskriptif Variabel Pengalaman Emosional	62
Tabel 4. 10 Statistik Deskriptif Variabel Pengalaman <i>Website trustworthiness</i>	63
Tabel 4. 11 Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Kesikapan.....	64
Tabel 4. 12 Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Keperilakuan	65
Tabel 4. 13 Nilai R-square	66
Tabel 4. 14 Hasil Uji Hipotesis	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Profil Demografi Pengguna Shopee	6
Gambar 2. 1 Model penelitian.....	36
Gambar 4. 1 Visualisasi Hasil Penelitian.....	89

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	141
Lampiran 2 Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	136
Lampiran 3 Analisis Inner Model	143