

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
BAB I	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Pertanyaan Penelitian	14
1.4 Tujuan Penelitian	14
1.5 Manfaat Penelitian	15
1.6 Lingkup Penelitian	16
1.7 Sistematika Penelitian	16
BAB II	18
2.1 Kualitas Integrasi Saluran Omni (<i>Omnichannel Integration Quality</i>)	18
2.2 Keterlibatan Konsumen (<i>Customer Engagement</i>)	23
2.3 Loyalitas Konsumen (<i>Consumer Loyalty</i>)	26
2.4 Kajian Penelitian Terdahulu	27
2.5 Perumusan Hipotesis Penelitian	29
2.6 Model Penelitian	33
BAB III	34
3.1 Desain Penelitian	34
3.2 Metode Pengumpulan Data	35
3.3 Definisi Operasional Variabel	36
3.4 Metode Analisis Data	42
3.4.1 Analisis Deskriptif	42
3.4.2 Analisis Partial Least Square	42

3.4.3. Uji Hipotesis.....	47
BAB IV	48
4.1 Hasil Pengumpulan Data	48
4.2 Karakteristik Responden	48
4.3. Analisis Statistik Deskriptif.....	51
4.4 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	55
4.5 Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	61
4.6 Uji Hipotesis <i>Direct Effect</i>	66
4.7 Uji <i>Indirect Effect</i>	70
4.8 Pembahasan Hipotesis	71
BAB V.....	77
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Implikasi Manajerial.....	78
5.3 Keterbatasan Riset.....	79
5.4 Arah Riset Mendatang	80
DAFTAR PUSTAKA	81

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perkembangan Gerai Offline Uniqlo	8
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3. 1 Skala Likert	34
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden	48
Tabel 4. 2 Kelas Interval	51
Tabel 4. 3 Analisis Deskriptif	52
Tabel 4. 4 Nilai Outer Loading First Order.....	56
Tabel 4. 5 Nilai Outer Loading Second Order	56
Tabel 4. 6 Nilai Average Variance Extraced	57
Tabel 4. 7 Nilai Loading dan Cross Loading First Order	58
Tabel 4. 8 Nilai Loading dan Cross Loading Second Order	59
Tabel 4. 9 Nilai Akar Kuadrat AVE.....	60
Tabel 4. 10 Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	61
Tabel 4. 11 Koefisien Determinasi (R^2).....	62
Tabel 4. 12 Predictive Relevance (Q^2).....	63
Tabel 4. 13 Nilai Effect Size	64
Tabel 4. 14 Nilai Goodness of Fit	65
Tabel 4. 15 Nilai Path coefficient dan P value	68
Tabel 4. 16 Hasil Pengujian Indirect Effect	70
Tabel 4. 17 Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia tahun 2018 sampai 2022	2
Gambar 1. 2 Data Pengunjung E-Commerce di Indonesia dari tahun 2019-2022	4
Gambar 1. 3 Jumlah Pengunjung Mall di Indonesia	5
Gambar 1. 4 Aplikasi Uniqlo di AppStore dan Tokopedia	9
Gambar 1. 5 Aplikasi & Ulasan Matahari & HnM	10
Gambar 2. 1 Model Penelitian	33
Gambar 4. 1 Model Analisa Jalur untuk Pengujian Hipotesis	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	84
Lampiran 2 Data Responden	89
Lampiran 3 Hasil Analisis Deskriptif	95
Lampiran 4 Hasil Olah Data First Order	97
Lampiran 5 Hasil Olah Data Second Order	100