

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| Kata Pengantar..... | i |
| Halaman Persembahan | ii |
| DAFTAR ISI | iv |
| DAFTAR TABEL | vii |
| DAFTAR GAMBAR | viii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | ix |
| Intisari | x |
| Abstract | xi |
| BAB I | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah | 4 |
| 1.3 Pertanyaan Penelitian | 5 |
| 1.4 Tujuan Penelitian | 6 |
| 1.5 Manfaat Penelitian | 6 |
| 1.5.1 Bagi Manajemen Perusahaan..... | 6 |
| 1.6 Ruang Lingkup Penelitian | 7 |
| BAB II..... | 9 |
| LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS | 9 |
| 2.1 Landasan Teori | 9 |
| 2.1.1 Teori Kognitif Sosial..... | 9 |
| 2.1.2. Karakteristik Budaya Individu | 10 |
| 2.1.3. Nilai Utilitarian | 11 |
| 2.1.4. Nilai Hedonis..... | 12 |
| 2.1.5. Loyalitas Keperilakuan..... | 13 |
| 2.2. Pengembangan Hipotesis..... | 14 |
| 2.2.1. Pengaruh karakteristik budaya individu pada e-loyalty keperilakuan | 14 |
| 2.2.2. Pengaruh karakteristik budaya individu pada nilai utilitarian dan nilai hedonis | 14 |
| 2.2.3. Pengaruh nilai utilitarian pada e-loyalty keperilakuan | 15 |
| 2.2.4. Pengaruh nilai hedonis pada e-loyalty keperilakuan | 15 |
| 2.2.5. Pengaruh karakteristik budaya individu pada e-loyalty keperilakuan melalui mediasi nilai utilitarian dan nilai hedonis | 16 |
| 2.3. Model Penelitian | 17 |
| BAB III..... | 20 |

| | |
|--|----|
| METODE PENELITIAN | 20 |
| 3.1. Jenis dan Desain Penelitian | 20 |
| 3.2. Definisi Operasional..... | 20 |
| 3.2.1. Karakteristik Budaya Individu | 20 |
| 3.2.2. Nilai Utilitarian | 21 |
| 3.2.3. Nilai Hedonis | 22 |
| 3.2.4. E-loyalty Keperilakuan..... | 22 |
| 3.3 Desain Pengambilan Sampel | 23 |
| 3.3.1. Populasi dan Sampel | 23 |
| 3.3.2. Ukuran Sampel | 24 |
| 3.3.3. Metode Pengumpulan Data..... | 24 |
| 3.3.4. Instrumen Penelitian..... | 25 |
| 3.4. Metode Analisis Data | 25 |
| 3.4.1. Evaluasi Model Pengukuran | 26 |
| 3.4.1.1. Uji Validitas Konvergen | 26 |
| 3.4.1.2. Uji Validitas Diskriminan | 26 |
| 3.4.1.3. Uji Reliabilitas Konstruk..... | 27 |
| 3.4.2. Evaluasi Model Struktural | 27 |
| 3.4.2.1. Koefisien Determinasi (Nilai R^2)..... | 27 |
| 3.4.2.2. Prosedur Pengujian Hipotesis | 28 |
| 3.4.2.3. Pengujian Mediasi | 30 |
| BAB IV | 33 |
| HASIL DAN PEMBAHASAN | 33 |
| 4.1. Karakteristik Responden | 33 |
| 4.1.1. Usia Responden | 33 |
| 4.1.2. Jenis Kelamin..... | 35 |
| 4.1.3. Status Responden | 35 |
| 4.1.4. Frekuensi Pembelian Lebih Dari Dua Kali Melalui E-commerce Dalam Kurun Waktu Enam Bulan Terakhir | 36 |
| 4.1.5. Merek E-commerce Yang Sering Digunakan Untuk Pembelian Daring..... | 37 |
| 4.2 Analisis Pengujian Model Pengukuran (Model Luar) | 38 |
| 4.2.1 Uji Validitas Sampel | 38 |
| 4.2.2. Uji Reliabilitas | 41 |
| 4.3. Statistik Deskriptif | 41 |
| 4.4. Analisis Pengujian Model Struktural | 44 |
| 4.4.1. Koefisien Determinasi (Nilai R^2) | 44 |
| 4.4.2. Uji Hipotesis | 45 |
| 4.4.2.1. Hipotesis satu | 46 |
| 4.4.2.2. Hipotesis dua..... | 47 |
| 4.4.2.3. Hipotesis tiga | 47 |
| 4.4.2.4. Hipotesis empat..... | 48 |
| 4.4.2.5. Hipotesis lima | 48 |
| 4.5. Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis..... | 49 |

| | |
|--|-----------|
| 4.6. Pembahasan | 51 |
| 4.7. Variabel Mediasi | 56 |
| BAB V | 59 |
| KESIMPULAN DAN SARAN | 59 |
| 5.1 Kesimpulan | 59 |
| 5.2 Keterbatasan Riset | 61 |
| 5.3 Saran Manajerial | 61 |
| 5.4 Saran untuk Penelitian Selanjutnya | 63 |
| DAFTAR PUSTAKA | 65 |
| Lampiran | 68 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 4.1 Usia Responden..... | 33 |
| Tabel 4. 2 Jenis Kelamin | 35 |
| Tabel 4.3 Status Responden | 36 |
| Tabel 4.4 Frekuensi Pembelian Lebih Dari Dua Kali Melalui <i>E-commerce</i> Dalam Kurun Waktu Enam Bulan Terakhir | 37 |
| Tabel 4.5 Merek <i>E-commerce</i> | 37 |
| Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Model Luar..... | 38 |
| Tabel 4. 7 Nilai AVE Uji Validitas..... | 40 |
| Tabel 4.8 Nilai Cronbach's Alpha dan Reliabilitas Komposit | 41 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Statistik Deskriptif..... | 41 |
| Tabel 4.10 Kriteria Interval | 42 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Nilai R^2 (Koefisien Determinasi) | 44 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Nilai R^2 (Koefisien Determinasi) | 44 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Hipotesis | 45 |
| Tabel 4.14 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis | 49 |
| Tabel 4.15 Ringkasan Hasil Uji Mediasi | 56 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Preferensi Belanja Daring menurut generasi..... | 1 |
| Gambar 2.1 Kerangka teori kognitif sosial | 10 |
| Gambar 2.2 Model Penelitian Li dkk. (2022) | 17 |
| Gambar 2.3 Model Penelitian | 19 |
| Gambar 3.1 Model Umum Mediasi | 31 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|----|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian | 68 |
| Lampiran 2 <i>Uji Validitas dan Reliabilitas</i> | 74 |
| Lampiran 3 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)..... | 75 |
| Lampiran 4 Analisis Data..... | 75 |
| Lampiran 5 Efek Mediasi..... | 75 |
| Lampiran 6 Model Penelitian Setelah Uji Hipotesis | 77 |