

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
INTISARI	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Pertanyaan Penelitian	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Lingkup Penelitian	11
1.5.1 Model penelitian	11
1.5.2 Objek penelitian.....	12
1.5.3 Lokasi penelitian.....	12
1.5.4 Waktu penelitian	12
1.6 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 ETailQ.....	15
2.1.1.1 Pemenuhan/keandalan.....	16
2.1.1.2 Ketanggapan.....	17
2.1.1.3 Desain situs web.....	17
2.1.1.4 Keamanan/privasi.....	18

2.1.2	<i>E-trust</i>	20
2.1.3	<i>E-satisfaction</i>	21
2.1.4	<i>E-loyalty</i>	23
2.2	Pengembangan Hipotesis	24
2.2.1	Pemenuhan/keandalan dan <i>e-trust</i>	24
2.2.2	Pemenuhan/keandalan dan <i>e-satisfaction</i>	25
2.2.3	Ketanggapan dan <i>e-trust</i>	27
2.2.4	Ketanggapan dan <i>e-satisfaction</i>	28
2.2.5	Desain situs web dan <i>e-satisfaction</i>	28
2.2.6	Keamanan/privasi dan <i>e-trust</i>	30
2.2.7	<i>E-trust</i> dan <i>e-satisfaction</i>	31
2.2.8	<i>E-trust</i> dan <i>e-loyalty</i>	32
2.2.9	<i>E-satisfaction</i> dan <i>e-loyalty</i>	33
2.3	Model Penelitian.....	34
BAB III METODE PENELITIAN		36
3.1	Strategi Penelitian.....	36
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran	36
3.2.1	Pemenuhan/keandalan	37
3.2.2	Ketanggapan	38
3.2.3	Desain situs web	38
3.2.4	Keamanan/privasi	39
3.2.5	<i>E-trust</i>	39
3.2.6	<i>E-satisfaction</i>	40
3.2.7	<i>E-loyalty</i>	40
3.3	Desain Pengambilan Sampel	41
3.3.1	Populasi dan unit sampel	41
3.3.2	Ukuran sampel	43
3.3.3	Lokasi penelitian.....	43
3.4	Objek penelitian	43
3.6	Metode Pengumpulan Data	45
3.7	Instrumen Penelitian.....	46
3.8	Uji Pendahuluan	47
3.9	Pengujian Instrumen.....	47
3.9.1	Uji validitas.....	47

3.9.1.1 Uji validitas konvergen	48
3.9.1.2 Uji validitas diskriminan	50
3.9.2 Uji Reliabilitas	52
3.10 Analisis Data	53
3.10.1 Metode analisis data.....	53
3.10.2 Uji model pengukuran	54
3.10.3 Uji model struktural	54
3.10.4 Tingkat signifikansi	54
3.10.5 Uji hipotesis	55
BAB IV ANALISIS DATA	56
4.1 Karakteristik Responden	56
4.1.1 Tingkat respon	56
4.1.2 Profil Responden.....	57
4.1.3 Pengalaman belanja responden	58
4.2 Analisis Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	59
4.2.1 Uji validitas konvergen	59
4.2.2 Uji validitas diskriminan.....	61
4.2.3 Uji Reliabilitas	63
4.3 Statistik Deskriptif.....	64
4.4 Analisis Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	66
4.4.1 Koefisien determinasi (<i>R-square</i>)	67
4.4.2 Uji hipotesis	68
4.5 Pembahasan	75
4.5.1 Pengaruh pemenuhan/keandalan terhadap <i>e-trust</i>	76
4.5.2 Pengaruh pemenuhan/keandalan terhadap <i>e-satisfaction</i>	77
4.5.3 Pengaruh ketanggapan terhadap <i>e-trust</i>	78
4.5.4 Pengaruh ketanggapan terhadap <i>e-satisfaction</i>	79
4.5.5 Pengaruh desain situs web terhadap <i>e-satisfaction</i>	80
4.5.6 Pengaruh keamanan/privasi terhadap <i>e-trust</i>	81
4.5.7 Pengaruh <i>e-trust</i> terhadap <i>e-satisfaction</i>	82
4.5.8 Pengaruh <i>e-trust</i> terhadap <i>e-loyalty</i>	82
4.5.9 Pengaruh <i>e-satisfaction</i> terhadap <i>e-loyalty</i>	83

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Implikasi Manajerial.....	87
5.3 Keterbatasan Penelitian	89
5.4 Arahkan Penelitian Mendatang	90
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN 1.....	101
LAMPIRAN 2.....	107
LAMPIRAN 3.....	110
LAMPIRAN 4.....	113

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung Situs Web <i>E-commerce</i>	3
Tabel 1.2 Hasil Wawancara Pendahuluan.....	8
Tabel 3.1 Item Pengukuran Variabel Pemenuhan/keandalan	37
Tabel 3.2 Item Pengukuran Variabel Ketanggapan	38
Tabel 3.3 Item Pengukuran Variabel Desain Situs Web.....	38
Tabel 3.4 Item Pengukuran Variabel Keamanan/privasi	39
Tabel 3.5 Item Pengukuran Variabel <i>E-trust</i>	40
Tabel 3.6 Item Pengukuran Variabel <i>E-satisfaction</i>	40
Tabel 3.7 Item Pengukuran Variabel <i>E-loyalty</i>	41
Tabel 3.8 Objek Penelitian.....	44
Tabel 3.9 Hasil Uji Validitas Konvergen dengan <i>Outer Loading</i>	48
Tabel 3.10 Hasil Uji Validitas Konvergen dengan AVE	49
Tabel 3.11 Hasil Uji Validitas Diskriminan dengan <i>Cross Loading</i>	50
Tabel 3.12 Hasil Uji Validitas Diskriminan dengan Akar AVE.....	51
Tabel 3.13 Hasil Uji Validitas Diskriminan dengan Perbandingan Akar AVE dengan Korelasi Variabel Laten.....	51
Tabel 3.14 Hasil Uji Reliabilitas dengan <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	52
Tabel 4.1 Tingkat Respon Kuesioner.....	56
Tabel 4.2 Profil Responden.....	57
Tabel 4.3 Pengalaman Belanja Responden di Marketplace	58
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Konvergen dengan <i>Outer Loading</i>	59
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Konvergen dengan AVE	60
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Diskriminan dengan <i>Cross Loading</i>	61
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Diskriminan dengan Akar AVE.....	62
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Diskriminan dengan Perbandingan Akar AVE dengan Korelasi Variabel Laten.....	62
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas dengan <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	64
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif	64
Tabel 4.11 Nilai <i>R-square</i>	67
Tabel 4.12 Koefisien Jalur pada Pengujian Model Struktural	69
Tabel 4.13 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Riset	35
Gambar 4.1 <i>Output Bootstrapping</i> Model Struktural	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Hasil Olah Data Model Pengukuran (*Outer Model*) pada Sampel Kecil dengan SmartPLS versi 3.2.8

Lampiran 3 Hasil Olah Data Model Pengukuran (*Outer Model*) pada Sampel Besar dengan SmartPLS versi 3.2.8

Lampiran 4 Hasil Olah Data Model Struktural (*Inner Model*) pada Sampel Besar dengan SmartPLS versi 3.2.8