Pengaruh Kualitas m-commerce dan Kepuasan Konsumen terhadap Minat Beli melalui Kepercayaan Konsumen
pada Situs: Studi pada Situs Traveloka
MUHAMMAD RUBY JUNANTO, Teguh Budiarto, Drs., M.I.M
Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER…….....i

HALAMAN PENGESAHAN (F1)…….…….…….…….....ii

HALAMAN PENGESAHAN(F2)……..iii

HALAMAN PENGESAHAN (F3)……..... iv

KATA PENGANTAR……vi

HALAMAN PERSEMBAHAN vi

INTISARI vii

ABSTRACT.....viii

DAFTAR ISI.....ix

DAFTAR GAMBAR.....xiiii

DAFTAR TABEL xivv

DAFTAR LAMPIRAN.....xvii

BAB I PENDAHULUAN.....1

1.1 Latar Belakang.....1

1.2 Perumusan Masalah.....6

1.3 Pertanyaan Penelitian 7

1.4 Tujuan Penelitian.....7

1.5 Lingkup Penelitian.....8

Pengaruh Kualitas m-commerce dan Kepuasan Konsumen terhadap Minat Beli melalui Kepercayaan Konsumen
pada Situs: Studi pada Situs Traveloka
MUHAMMAD RUBY JUNANTO, Teguh Budiarto, Drs., M.I.M
Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS/ 9

2.1 Landasan Teori 9
2.1.1 Digital Marketing 9
2.1.2 E-commerce 9
2.1.3 Kualitas m-commerce 13
2.1.4 Kepuasan konsumen 17
2.1.5 Kepercayaan konsumen 20
2.1.6 Minat Beli 22

2.2 Pengembangan Hipotesis 23
2.2.1 Pengaruh kualitas situs daring terhadap kepuasan konsumen 23
2.2.2 Pengaruh kualitas situs daring terhadap kepercayaan konsumen 23
2.2.3 Pengaruh/ kualitas teknologi seluler pembeli terhadap kepuasan 24
2.2.4 Pengaruh kualitas vendorterhadap kepuasan konsumen 25
2.2.5 Pengaruh kualitas/vendor terhadap kepercayaan konsumen 26
2.2.6 Pengaruh kepuasan/konsumen/terhadapkepercayaan konsumen 27
2.2.7 Pengaruh kepercayaan konsumen terhadap minat beli 28

2.3 Model Penelitian 29

BAB III METODE PENELITIAN 31

3.1 Desain Penelitian 31

3.2 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran 31
3.2.1 Kualitas situs daring 32
3.2.2 Kualitas teknologi seluler pembeli 33
3.2.3 Kualitas vendor 33
3.2.4 Kepuasan konsumen 34
3.2.5 Kepercayaan konsumen 35
3.2.6 Minat Beli 35

3.3 Desain Pengambilan Sampel 36
3.3.1 Populasi dan Sampel 36
3.3.2 Metode Pengambilan Sampel 36
3.3.3 Ukuran Sampel 37

3.4 Objek Penelitian 38

3.5 Instrumen Penelitian 38

3.6 Uji Pretest Validitas dan Reliabilitas 38

UNIVERSITAS GADJAH MADA
Pengaruh Kualitas m-commerce dan Kepuasan Konsumen terhadap Minat Beli melalui Kepercayaan Konsumen pada Situs: Studi pada Situs Traveloka
MUHAMMAD RUBY JUNANTO, Teguh Budiarto, Drs., M.I.M
Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

3.6.1 Uji Validitas 38
3.6.2 Uji Reliabilitas 39
3.7 Analisis Data 40
3.7.1 Analisis Deskriptif 40
3.7.2 Structural Equation Modeling 40

BAB IV ANALISIS DATA 44

4.1 Analisis Pengujian Pretest 44
4.1.1 Uji Validitas 44
4.1.2 Uji Reliabilitas 45
4.2 Karakteristik Responden 46
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian 47
4.3.1 Kualitas Situs Daring 47
4.3.2 Kualitas Teknologi Seluler Pembelian 48
4.3.3. Kualitas Penjual Daring 48
4.3.4 Kepuasan Pelanggan terhadap Online Store 49
4.3.5 Kepercayaan Pelanggan terhadap Online Store 50
4.3.6 Minat Beli Produk di Online Store 51
4.4 Uji Akurasi Instrumen 52
4.4.1 Uji Normalitas Data 52
4.4.2 Uji Outlier 52
4.4.3 Uji Goodness of Fit 53
4.5 Pengujian Hipotesis 55
4.6 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis 58
4.7 Pembahasan 59

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 65

5.1 Kesimpulan 65
5.2 Keterbatasan Penelitian 66
5.3 Saran 67

DAFTAR PUSTAKA 69

LAMPIRAN 1 73

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Pengaruh Kualitas m-commerce dan Kepuasan Konsumen terhadap Minat Beli melalui Kepercayaan Konsumen
pada Situs: Studi pada Situs Traveloka**
MUHAMMAD RUBY JUNANTO, Teguh Budiarto, Drs., M.I.M
Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

LAMPIRAN 2 78

LAMPIRAN 3 81

LAMPIRAN 4 86

LAMPIRAN 5 88

LAMPIRAN 6 89

LAMPIRAN 7 91

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Pengaruh Kualitas m-commerce dan Kepuasan Konsumen terhadap Minat Beli melalui Kepercayaan Konsumen
pada Situs: Studi pada Situs Traveloka**
MUHAMMAD RUBY JUNANTO, Teguh Budiarto, Drs., M.I.M
Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan *m-commerce* 2
Gambar 2. 1 Model Penelitian 30

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Pengaruh Kualitas m-commerce dan Kepuasan Konsumen terhadap Minat Beli melalui Kepercayaan Konsumen
pada Situs: Studi pada Situs Traveloka**
MUHAMMAD RUBY JUNANTO, Teguh Budiarto, Drs., M.I.M
Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Top Brand Index Kategori Situs Online Booking Tiket Pesawat 4

Tabel 3. 1 Indikator Kualitas situs daring 32

Tabel 3. 2 Indikator Kualitas Teknologi Seluler Pembeli 33

Tabel 3. 3 Indikator Kualitas Vendor 34

Tabel 3. 4 Indikator Kepuasan Konsumen 34

Tabel 3. 5 Indikator Kepercayaan Konsumen 35

Tabel 3. 6 Indikator Minat Beli 35

Tabel 3. 7 Hasil Uji *Goodness Of Fit* 42

Tabel 4. 1 Hasil *Convergent Validity* 44

Tabel 4. 2 Hasil *Discriminant Validity* 45

Tabel 4. 3 Hasil *Composite Reliability* 45

Tabel 4. 4 Deskripsi Karakteristik Responden 46

Tabel 4. 5 Deskripsi Variabel Kualitas Situs Daring 47

Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel Kualitas Teknologi Seluler Pembelian 48

Tabel 4. 7 Deskripsi Variabel Kualitas Penjual Daring 49

Tabel 4. 8 Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan terhadap Online Store 49

Tabel 4. 9 Deskripsi Variabel Kepercayaan Pelanggan terhadap Online Store 50

Tabel 4. 10 Deskripsi Variabel Minat Beli Produk di Online Store 51

Tabel 4. 11 Uji Normalitas Data 52

Tabel 4. 12 Uji Outlier 53

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Pengaruh Kualitas m-commerce dan Kepuasan Konsumen terhadap Minat Beli melalui Kepercayaan Konsumen
pada Situs: Studi pada Situs Traveloka**
MUHAMMAD RUBY JUNANTO, Teguh Budiarto, Drs., M.I.M
Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Tabel 4. 13 Uji *Goodness of Fit* 53

Tabel 4. 14 Uji Goodness of Fit Modification 54

Tabel 4. 15 Koefisien Jalur Hasil Uji Hipotesis 55

Tabel 4. 16 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis 59

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Pengaruh Kualitas m-commerce dan Kepuasan Konsumen terhadap Minat Beli melalui Kepercayaan Konsumen
pada Situs: Studi pada Situs Traveloka**
MUHAMMAD RUBY JUNANTO, Teguh Budiarto, Drs., M.I.M
Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1.....73

LAMPIRAN 2.....78

LAMPIRAN 3.....81

LAMPIRAN 4.....86

LAMPIRAN 5.....88

LAMPIRAN 6.....89

LAMPIRAN 7.....91