

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	18
1.3 Pertanyaan Riset.....	20
1.4 Tujuan Riset.....	22
1.5 Lingkup Riset.....	22
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN TEORITIS.....	23
2.1 Prinsip <i>Dual entitlement</i>	23
2.2 Batas Transaksi Minimal yang Dipersepsikan	24
2.3 Persepsi Ongkos Kirim sebagai Penghasil Keuntungan	25
2.4 Ketepatan Waktu Pengiriman Hingga Tiba	27
2.5 Motif Penjual.....	28
2.6 Persepsi Nilai	29
2.7 Persepsi Keadilan Kebijakan TFS.....	30
2.8 Ketersediaan Membayar Ongkos Kirim	33
2.9 Pengaruh Batas Minimal Transaksi yang Dipersepsikan pada Dugaan Motif.....	35

2.10	Pengaruh Batas Minimal Transaksi yang Dipersepsikan pada Persepsi Nilai.....	37
2.11	Pengaruh Persepsi Ongkos Kirim Sebagai Penghasil Keuntungan pada Dugaan Motif	40
2.12	Pengaruh Persepsi Ongkos Kirim sebagai Penghasil Keuntungan terhadap Persepsi Keadilan Kebijakan TFS.....	43
2.13	Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman pada Dugaan Motif	45
2.14	Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman pada Persepsi Nilai	47
2.15	Pengaruh Dugaan Motif pada Persepsi Keadilan Kebijakan TFS	50
2.16	Pengaruh Persepsi Keadilan Kebijakan TFS pada Kesiediaan Membayar Ongkos Kirim.....	53
2.17	Pengaruh Dugaan Motif pada Kesiediaan Membayar Ongkos Kirim.....	55
2.18	Pengaruh Persepsi Nilai pada Persepsi Keadilan Kebijakan TFS.....	57
2.19	Pengaruh Persepsi Nilai pada Kesiediaan Membayar Ongkos Kirim.....	59
2.20	Model Riset.....	61
BAB III METODE RISET		64
3.1	Strategi Riset.....	64
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran	64
3.2.1	Batas Transaksi Minimal yang Dipersepsikan	64
3.2.2	Persepsi Ongkos Kirim sebagai Penghasil Keuntungan.....	65
3.2.3	Ketepatan Waktu Pengiriman	65
3.2.4	Dugaan Motif	66
3.2.6	Persepsi Keadilan Kebijakan TFS.....	67
3.2.7	Kesiediaan Membayar Ongkos Kirim	68
3.3	Skala Pengukuran	68
3.4	Desain Pengambilan Sampel	69
3.4.1	Metode Pengambilan Sampel	69
3.4.2	Populasi dan Unit Sampel.....	70
3.4.3	Ukuran Sampel.....	71
3.4.4	Daerah Penyebaran Kuesioner.....	71
3.5	Skema Penyebaran Kuesioner	71

3.6	Profil Responden	72
3.7	Obyek Riset.....	74
3.7.1	Tokopedia.....	75
3.7.2	Bukalapak.....	78
3.7.3	Blibli.....	81
3.7.4	Lazada.....	84
3.7.5	Shopee.....	87
3.8	Metode Pengumpulan Data	91
3.9	Instrumen Riset.....	91
3.10	Pengujian Instrumen	92
3.10.1	Pengujian Validitas.....	92
3.10.1.1	Validitas Isi (<i>Content validity</i>).....	92
3.10.1.2	Validitas Konstruk (<i>Construct validity</i>).....	93
3.10.2	Pengujian Reliabilitas	95
3.11	Metode Analisis Data.....	96
3.11.1	Pengembangan Formulasi Dasar	98
3.11.2	Uji Ketepatan Model (<i>Goodness of Fit</i>).....	101
3.11.3	Pengujian Hipotesis	104
BAB IV ANALISIS DATA		106
4.1	Kualitas Data Penelitian.....	106
4.1.1	Statistik Deskriptif	106
4.1.2	Matriks Korelasi Antar Variabel.....	107
4.2	Uji Ketepatan Model (<i>Goodness of Fit Model</i>).....	108
4.3	Hasil Pengujian Hipotesis	110
4.3.1	Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Pertama	113
4.3.2	Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Kedua.....	116
4.3.3	Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Ketiga.....	119
4.3.4	Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Keempat	122
4.3.5	Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Kelima.....	125
4.3.6	Pembahasan Hasil Pengujian Keenam	129
4.3.7	Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Ketujuh.....	132

4.3.8 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Kedelapan.....	136
4.3.9 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Kesembilan.....	139
4.3.10 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Kesepuluh.....	142
4.3.11 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Kesebelas.....	145
4.4 Ringkasan Pengujian Semua Hipotesis	149
BAB V KESIMPULAN	154
5.1 Kesimpulan	154
5.2 Implikasi Manajerial.....	159
5.3 Keterbatasan Riset.....	163
5.4 Arahan Riset Mendatang.....	164
DAFTAR PUSTAKA.....	166
LAMPIRAN.....	176