

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
INTISARI	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.6 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian	10
1.7 Sistematika Penulisan	11
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1 Persepsi Konsumen Terkait Etika Pengecer Daring	10
2.1.1 Keamanan	15

2.1.2 Pemenuhan	16
2.1.3 Tidak Menipu	16
2.1.4 Privasi	17
2.2 Kepuasan	18
2.3 Loyalitas	18
2.4 Hubungan Persepsi Konsumen Terkait Etika Pengecer Daring dengan Kepuasan Situs Web.....	19
2.5 Hubungan Persepsi Konsumen Terkait Etika Pengecer Daring dengan Loyalitas Situs Web	20
2.6 Hubungan Kepuasan dengan Loyalitas	21
2.7 Hipotesis Penelitian	21
 BAB III Metode Penelitian	
3.1 Jenis dan Desain Penelitian	30
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	30
3.3 Populasi dan Sampel	30
3.4 Variabel Penelitian	32
3.4.1 Persepsi Konsumen Terkait Etika Pengecer Daring	32
3.4.2 Kepuasan Situs Web	36
3.4.3 Loyalitas Situs Web	37
3.5 Metode Pengumpulan Data	38
3.6 Instrumen Penelitian	39
3.6.1 Uji Validitas	39
3.6.2 Uji Reliabilitas	41

3.7 Pengujian Validitas dan Reliabilitas Sampel Kecil	42
3.8 Tehnik Analisis Data	45
3.8.1 Analisis SEM (Structural Equation Modelling)	45
3.8.2 Pengujian Hipotesis	47

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penyebaran Kuesioner	48
4.1.1 Karakteristik Responden	49
4.2 Hasil Uji Validitas	50
4.2.1 Average Variance Extracted (AVE)	53
4.3 Hasil Uji Reliabilitas	53
4.4 Statistik Deskriptif	54
4.5 Asumsi Pemenuhan Syarat SEM	57
4.6 Pembahasan Hipotesis	58
4.6.1 Pengujian Hipotesis 1a, 1b dan 1c	58
4.6.2 Pengujian Hipotesis 2a, 2b dan 2c	60
4.6.3 Pengujian Hipotesis 3	63
4.6.4 Temuan Lain dari Pengujian Hipotesis	64

BAB V Simpulan dan Saran

5.1 Simpulan.....	66
5.2 Keterbatasan Penelitian	67
5.3 Saran.....	68

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Hasil Uji KMO dan Barlett 80 Responden	42
Tabel 3.2	Rotated Component Matrix 80 Responden	42
Tabel 3.3	Tabel Uji Reliabilitas 80 Responden	45
Tabel 4.1	Penyebaran Kuesioner	48
Tabel 4.2	Tingkat Respon Kuesioner	48
Tabel 4.3	Pengguna Situs Web	49
Tabel 4.4	Data Karakteristik Responden	49
Tabel 4.5	Hasil Uji KMO dan Barlett 210 Responden	50
Tabel 4.6	Rotated Component Matrix 210 Responden	51
Tabel 4.7	Nilai AVE	53
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas 210 Responden	54
Tabel 4.9	Hasil Uji Statistik Deskriptif 210 Responden	55
Tabel 4.10	Hasil Uji Kecocokan Model	57
Tabel 4.11	Mediasi	63
Tabel 4.12	Rangkuman Hasil Uji Hipotesis	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Pengguna Internet Berdasarkan Perangkat	2
Gambar 1.2	Jumlah Pembeli Digital di Indonesia	4
Gambar 2.1	Model Penelitian	29
Gambar 4.1	Model Struktural	58
Gambar 4.2	Nilai Pengaruh	64

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Data Sampel Kecil (80 Responden)
- Lampiran 3 Uji Validitas Tahap 1 (80 Responden)
- Lampiran 4 Uji Reliabilitas Tahap 1 (80 Responden)
- Lampiran 5 Data Sampel Besar (210 Responden)
- Lampiran 6 Uji Validitas Tahap 2 (210 Responden)
- Lampiran 7 Uji Reliabilitas Tahap 2 (210 Responden)
- Lampiran 8 Statistik Deskriptif, CFA, Nilai T, Nilai Pengaruh dan Hasil Uji Struktural