

DAFTAR ISI

| | |
|---|--------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| HALAMAN PERSETUJUAN | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI..... | iv |
| KATA PENGANTAR..... | v |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | vii |
| INTISARI | xi |
| ABSTRACT | xii |
| DAFTAR ISI..... | xiii |
| DAFTAR FIGUR | xviii |
| DAFTAR TABEL | xix |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah | 12 |
| 1.3. Pertanyaan Penelitian | 13 |
| 1.4. Tujuan Penelitian | 14 |
| 1.5. Lingkup Penelitian | 14 |
| 1.5.1. Model Penelitian..... | 14 |
| 1.5.2. Objek Penelitian | 15 |
| 1.5.3. Lokasi Penelitian | 15 |
| 1.5.4. Waktu Penelitian..... | 16 |
| 1.6. Kontribusi Penelitian | 17 |
| 1.6.1. Kontribusi Akademis | 17 |
| 1.6.2. Kontribusi Praktis..... | 17 |
| 1.7. Sistematika Penulisan | 17 |
| BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS | 20 |
| 2.1. Landasan Teori..... | 20 |
| 2.1.1. <i>E-commerce</i> | 20 |
| 2.1.2. Pembelian Barang Bekas | 24 |

| | | |
|--|--|----|
| 2.1.3. | <i>E-loyalty</i> | 27 |
| 2.1.4. | <i>E-satisfaction</i> | 31 |
| 2.1.5. | <i>E-trust</i> | 33 |
| 2.1.6. | Privasi Daring | 36 |
| 2.1.7. | Keamanan Bertransaksi secara Daring | 37 |
| 2.1.8. | Desain Situs Jaringan | 38 |
| 2.1.9. | Efisiensi Pengiriman | 40 |
| 2.2. | Penelitian Terdahulu | 41 |
| 2.3. | Pengembangan Hipotesis | 42 |
| 2.3.1. | Hubungan antara efisiensi pengiriman yang diterima dan <i>e-satisfaction</i> | 42 |
| 2.3.2. | Hubungan antara desain situs jaringan dan <i>e-satisfaction</i> | 43 |
| 2.3.3. | Hubungan antara desain situs jaringan dan <i>e-trust</i> | 45 |
| 2.3.4. | Hubungan antara privasi daring dan <i>e-trust</i> | 47 |
| 2.3.5. | Hubungan antara keamanan bertransaksi secara daring dan <i>e-trust</i> | 48 |
| 2.3.6. | Hubungan antara <i>e-satisfaction</i> dan <i>e-trust</i> | 49 |
| 2.3.7. | Hubungan antara <i>e-satisfaction</i> dan <i>e-loyalty</i> | 50 |
| 2.3.8. | Hubungan antara <i>e-trust</i> dan <i>e-loyalty</i> | 52 |
| 2.4. | Rumusan Hipotesis | 53 |
| 2.5. | Model Penelitian | 53 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | | 56 |
| 3.1. | Strategi Penelitian | 56 |
| 3.2. | Metode Pengumpulan Data | 57 |
| 3.3. | Populasi dan Sampel | 60 |
| 3.3.1. | Populasi | 60 |
| 3.3.2. | Sampel | 60 |
| 3.3.3. | Metode Pengambilan Sampel | 60 |
| 3.3.4. | Unit Sampel | 62 |
| 3.3.5. | Ukuran Sampel | 63 |
| 3.4. | Lokasi Penelitian | 63 |
| 3.5. | Objek Penelitian | 65 |
| 3.6. | Definisi Operasional dan Pengukuran | 65 |
| 3.6.1. | E-loyalty | 66 |
| 3.6.2. | E-satisfaction | 67 |

| | | |
|--|---|------------|
| 3.6.3. | E-trust | 67 |
| 3.6.4. | Privasi Daring | 68 |
| 3.6.5. | Keamanan Bertransaksi secara Daring | 69 |
| 3.6.6. | Desain Situs Jaringan | 71 |
| 3.6.7. | Efisiensi Pengiriman | 72 |
| 3.7. | Instrumen Penelitian | 72 |
| 3.8. | Pengujian Instrumen | 74 |
| 3.8.1. | Metode Pengujian Reliabilitas | 74 |
| 3.8.2. | Metode Pengujian Validitas | 76 |
| 3.9. | Pre-Test Instrumen Penelitian | 79 |
| 3.9.1. | Uji Validitas Pra-Uji Instrumen | 81 |
| 3.9.2. | Uji Reliabilitas Pra-Uji Instrumen | 85 |
| 3.10. | Analisis Data | 87 |
| 3.10.1. | Metode Analisis Data | 87 |
| 3.10.2. | Asumsi dasar SEM | 89 |
| 3.10.3. | Langkah-langkah pemodelan SEM | 92 |
| 3.10.4. | Tingkat Signifikansi | 108 |
| 3.10.5. | Metode Pengujian Hipotesis | 108 |
| BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN | | 110 |
| 4.1. | Karakteristik Responden | 110 |
| 4.1.1. | Usia | 110 |
| 4.1.2. | Pendidikan | 112 |
| 4.1.3. | Pekerjaan | 114 |
| 4.1.4. | Penghasilan per Bulan | 116 |
| 4.1.5. | Situs yang Sering Dikunjungi Responden | 118 |
| 4.1.6. | Frekuensi Pembelian Barang Bekas per Tahun | 121 |
| 4.1.7. | Metode Transaksi | 122 |
| 4.2. | Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian | 124 |
| 4.2.1. | Uji Validitas Instrumen Penelitian | 127 |
| 4.2.2. | Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian | 134 |
| 4.3. | Analisis Structural Equation Modeling (SEM) | 136 |
| 4.3.1. | Asumsi Dasar SEM | 136 |
| 4.4. | Analisis Uji Hipotesis dan Pembahasan | 149 |

| | | |
|--|--|-----|
| 4.4.1. | H1: Efisiensi pengiriman secara positif mempengaruhi <i>e-satisfaction</i> | 150 |
| 4.4.2. | H2: Desain situs jaringan secara positif mempengaruhi <i>e-satisfaction</i> | 152 |
| 4.4.3. | H3: Desain situs jaringan secara positif mempengaruhi <i>e-trust</i> | 155 |
| 4.4.4. | H4: Privasi daring secara positif mempengaruhi <i>e-trust</i> | 157 |
| 4.4.5. | H5: Keamanan bertransaksi secara daring secara positif mempengaruhi <i>e-trust</i> | 160 |
| 4.4.6. | H6: <i>E-satisfaction</i> secara positif mempengaruhi <i>e-trust</i> | 162 |
| 4.4.7. | H7: <i>E-satisfaction</i> secara positif mempengaruhi <i>e-loyalty</i> | 164 |
| 4.4.8. | H8: <i>E-trust</i> secara positif mempengaruhi <i>e-loyalty</i> | 166 |
| 4.5. | Analisis <i>Indirect Effects</i> | 171 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | | 174 |
| 5.1. | Kesimpulan | 174 |
| 5.2. | Implikasi Penelitian | 175 |
| 5.2.1. | Implikasi Akademis | 175 |
| 5.2.2. | Implikasi Praktis | 176 |
| 5.3. | Keterbatasan Penelitian | 177 |
| 5.4. | Saran | 178 |
| 5.4.1. | Saran bagi penelitian mendatang | 178 |
| 5.4.2. | Saran bagi situs jaringan yang menjual barang bekas | 178 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 180 |
| LAMPIRAN | | 188 |
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian | | 188 |
| Lampiran 2: Uji Validitas dan Reliabilitas Pra-Uji Instrumen (39 Data) | | 199 |
| Lampiran 3: Rangkuman Karakteristik Responden | | 207 |
| Lampiran 4: Rangkuman Jawaban Responden | | 210 |
| Lampiran 5: Hasil Statistik Deskriptif | | 213 |
| Lampiran 6: <i>Full Model</i> Penelitian | | 216 |
| Lampiran 7: Jenis Model Penelitian dan Jumlah Sampel | | 218 |
| Lampiran 8: Rangkuman Jumlah Variabel Eksogen dan Endogen | | 218 |
| Lampiran 9: Notes for Model: Degree of Freedom | | 220 |
| Lampiran 10: Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel Besar (168) Data | | 221 |
| Lampiran 11: Assessment of Normality | | 233 |

| | |
|--|-----|
| Lampiran 12: Mahalanobis Distance (Outliers) | 235 |
| Lampiran 13: Regression Weights | 240 |
| Lampiran 14: <i>Standardized Regression Weights</i> | 242 |
| Lampiran 15: Model Fit Indices | 244 |
| Lampiran 16: <i>Direct & Indirect Effects</i> | 248 |