

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	xii
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 Manfaat Penelitian .....	11
1.6 Lingkup Penelitian .....	12
1.7 Sistematika Penulisan .....	13
BAB II LANDASAN TEORI .....	14
2.1 Perilaku Pasca Pembelian .....	14
2.2 Kualitas Situs Web.....	15
2.3 Kegunaan .....	16
2.4 Kemudahan Penggunaan.....	17
2.5 <i>Co- creation</i> .....	17
2.6 Nilai Konsumsi .....	18
2.7 Nilai Fungsional .....	20
2.8 Nilai Sosial .....	20
2.9 Nilai Emosional.....	20
2.10 Kepuasan Pelanggan .....	21
2.11 Niat Beli Ulang .....	22

2.12 Penelitian Terdahulu .....	23
2.13 Pengaruh kegunaan, kemudahan penggunaan pada kepuasan pelanggan .	25
2.14 Pengaruh <i>co- creation</i> pada kepuasan pelanggan .....	26
2.15 Pengaruh nilai fungsional, nilai sosial, dan nilai emosional pada kepuasan pelanggan .....	27
2.16 Pengaruh kepuasan pelanggan pada niat beli ulang .....	28
2.17 Model Penelitian .....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
3.1 Desain Penelitian.....	30
3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.3 Objek Penelitian .....	31
3.4 Populasi dan Sampel .....	32
3.5 Definisi Operasional dan Variabel .....	33
3.6 Uji Instrumen .....	40
3.6.1 Uji Validitas .....	40
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	41
3.7 Metode Analisis Data.....	41
3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif .....	41
3.7.2 Pengujian Hipotesis.....	42
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>43</b>
4.1 Pengumpulan Data .....	43
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden .....	43
4.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	43
4.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	44
4.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	45
4.2.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Status/Pekerjaan .....	46
4.2.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan .....	47
4.2.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Agen Perjalanan Daring yang digunakan .....	47
4.2.7 Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Melakukan Pemesanan Menggunakan Airbnb .....	49

4.2.8 Deskripsi Responden Berdasarkan Layanan yang digunakan .....	49
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	50
4.3.1 Uji Validitas Konvergen .....	50
4.3.2 Uji Validitas Diskriminan .....	53
4.3.3 Uji Reliabilitas .....	53
4.4 Analisis Statistik Deskriptif .....	54
4.5 Analisis <i>Inner Model</i> .....	56
4.5.1 R- Square <i>Adjusted</i> .....	56
4.5.2 Hasil Analisis Model Struktural dan Pengujian Hipotesis .....	57
4.6 Pembahasan .....	61
4.6.1 Pengaruh Kegunaan Pada Kepuasan Pelanggan .....	61
4.6.2 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Pada Kepuasan Pelanggan .....	62
4.6.3 Pengaruh <i>Co- creation</i> Pada Kepuasan Pelanggan .....	63
4.6.4 Pengaruh Nilai Fungsional Pada Kepuasan Pelanggan .....	65
4.6.5 Pengaruh Nilai Sosial Pada Kepuasan Pelanggan .....	66
4.6.6 Pengaruh Nilai Emosional Pada Kepuasan Pelanggan .....	66
4.6.7 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Pada Niat Beli Ulang .....	67
<b>BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL .....</b>	<b>68</b>
5.1 Kesimpulan .....	68
5.2 Implikasi Manajerial .....	69
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	73
5.4 Rekomendasi .....	74
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>75</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	23
Tabel 3. 1 Indikator Kegunaan.....	34
Tabel 3. 2 Indikator Kemudahan Penggunaan .....	35
Tabel 3. 3 Indikator Co-creation .....	36
Tabel 3. 4 Indikator Nilai Fungsional .....	37
Tabel 3. 5 Indikator Nilai Sosial .....	38
Tabel 3. 6 Indikator Nilai Emosional.....	38
Tabel 3. 7 Indikator Kepuasan Pelanggan.....	39
Tabel 3. 8 Indikator Niat Beli Ulang.....	40
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	44
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	45
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status/Pekerjaan .....	46
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan .....	47
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Agen Perjalanan Daring Lain yang Digunakan.....	48
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan Airbnb.....	49
Tabel 4. 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Layanan yang Digunakan.....	50
Tabel 4. 9 Average Variance Extracted (AVE) .....	50
Tabel 4. 10 Nilai Outer Loading .....	52
Tabel 4.11 <i>Fornell-Larcker Criterion</i> .....	53
Tabel 4. 12 Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability .....	54
Tabel 4. 13 Statistik Deskriptif Responden .....	55
Tabel 4. 14 Nilai Adjusted R- Square .....	56
Tabel 4. 15 Hasil Pengujian Model Struktural.....	58

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perbandingan Tingkat Hunian Hotel dan Airbnb di Indonesia .....	4
Gambar 1. 2 Agen Perjalanan Daring Paling Populer di Indonesia 2020 .....	5
Gambar 2. 1 Perilaku Pasca Pembelian.....	14
Gambar 2. 2 Nilai Konsumsi yang Mempengaruhi Pilihan Pelanggan .....	19
Gambar 2. 3 Model Penelitian .....	29
Gambar 3. 1 Tampilan Situs Web Airbnb.....	32
Gambar 4. 1 Model Struktural .....	61