

PENGARUH *INFORMATION QUALITY*, *WEBSITE AESTHETICS*, *ISLAMIC PHYSICAL ATTRIBUTES* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* YANG DIMEDIASI OLEH *CUSTOMER SATISFACTION* PADA WEBSITE LOZY HIJAB

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR
SARJANA EKONOMI ISLAM**



oleh:

**HASNA YUNITASARI
NIM: 041811433177**

PROGRAM STUDI S1 EKONOMI ISLAM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2022**

**THE EFFECT OF INFORMATION QUALITY, WEBSITE
AESTHETICS, ISLAMIC PHYSICAL ATTRIBUTES ON
PURCHASE INTENTION MEDIATED BY CUSTOMER
SATISFACTION AT WEBSITE LOZY HIJAB**

THESIS

**SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF
THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF
BACHELOR OF ISLAMIC ECONOMICS**



by:

**HASNA YUNITASARI
NIM: 041811433177**

ISLAMIC ECONOMICS STUDY PROGRAM

**FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN

Surabaya, 31 Agustus 2022

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Fatin', with a large loop at the start and a horizontal line at the end.

Fatin Fadhilah Hasib, S.E., M.Si
NIP.198212032009122003

SKRIPSI

PENGARUH *INFORMATION QUALITY, WEBSITE AESTHETICS, ISLAMIC PHYSICAL ATTRIBUTES* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* YANG DIMEDIASI OLEH *CUSTOMER SATISFACTION* PADA WEBSITE LOZY HIJAB

DIAJUKAN OLEH:

**HASNA YUNITASARI
NIM: 041811433177**

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING,



**Dr. FATIH FADHILAH HASIB, S.E., M.Si TANGGAL 10 OKTOBER 2022
NIP. 198212032009122003**

KOORDINATOR PROGRAM STUDI,



**BAYU ARIE FIANTO, S.E., MBA., Ph.D
NIP. 198502102010121004**

TANGGAL 10 OKTOBER 2022

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya, (Hasna Yunitasari, 041811433177), menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatas namakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Airlangga, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Dalam Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar kepustakaan.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis Skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di Universitas Airlangga.

Surabaya, 5 September 2022



Hasna Yunitasari
NIM: 041811433177

DECLARATION

I, (Hasna Yunitasari, 041811433177), declare that:

1. My thesis is genuine and truly my own creation, and is not another's person work made under my name, nor a piracy or plagiarism. This thesis has never been submitted to obtain an academic degree in Universitas Airlangga or in any other Universities/Colleges.
2. This thesis does not contain any work or opinion written or published by anyone, unless clearly acknowledged or referred to by quoting the author's name and stated in the references.
3. This statement is true; if on the future this statement is proven to be fraud and dishonest, I agree to receive an academic sanction in the form of removal of the degree obtained through this thesis, and other sanctions in accordance with the prevailing norms and regulations in Universitas Airlangga.

Surabaya, 5 September 2022



Hasna Yunitasari

NIM: 041811433177

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat, taufik, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat dengan baik menyelesaikan skripsi ini dengan judul "*Pengaruh Information Quality, Website Aesthetics, Islamic Physical Attributes terhadap Purchase Intention yang dimediasi oleh Customer Satisfaction pada Website Lozy Hijab*" sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana (S1) Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga. Penulis menyadari penyusunan skripsi ini dapat selesai tentunya karena bimbingan, arahan, dan dukungan doa dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini dan kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu, khususnya:

1. Ibu Roswita Riyanti dan Bapak Dadang Muhidin selaku orang tua penulis, serta kepada saudara penulis A Aji, Teh Anga, dan Ade Fathia yang menjadi motivasi utama dan selalu mendoakan.
2. Prof. Hj. Dian Agustia, SE., M.Si., Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga beserta jajaran.
3. Bayu Arie Fianto, SE., MBA., PhD. selaku Ketua Prodi Ekonomi Islam.
4. Puji Sucia Sukmaningrum, SE., CiFP. selaku dosen wali penulis, terima kasih atas bimbingan selama perkuliahan.
5. Dr. Fatin Fadhillah Hasib, SE., M.Si selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan waktu, arahan, dan saran dalam membantu penulis menyelesaikan skripsi dengan baik.
6. Seluruh dosen dan staff administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membantu selama perkuliahan dan proses administrasi.
7. Kepada Safira Maura, Naufira Deilya Mufiidah, dan Yunita Kusumaningrum selaku sahabat penulis.
8. Kepada Asma, Dinda, Hana, Sarah, Ridho, Oey, dan Bilal selaku teman seperjuangan.
9. Teman-teman Sudrajat dan All Over yang selalu menghibur dan menemani penulis.
10. Kepada teman-teman satu organisasi WEBS yang telah memberikan pengalaman luar biasa dan tidak terlupakan.

Surabaya, 5 September 2022



Hasna Yunitasari

Pengaruh *Information Quality, Website Aesthetics, Islamic Physical Attributes* Terhadap *Purchase Intention* Yang Dimediasi Oleh *Customer Satisfaction* Pada Website Lozy Hijab

Hasna Yunitasari

ABSTRAK

Kehadiran dan kemajuan teknologi dapat mempermudah konsumen mengakses internet untuk mendapatkan produk yang diinginkan melalui *website e-commerce*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *information quality, website aesthetics, Islamic physical attributes* terhadap *purchase intention* dengan *customer satisfaction* sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *probability sampling* dan jumlah sampel sebesar 120 yang telah sesuai karakteristik pernah menelusuri website Lozy Hijab namun belum pernah membeli produk lewat website tersebut. Analisis data menggunakan teknik *Structural Equation Model* (SEM PLS) dengan perangkat lunak SmartPLS 3.0. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel *information quality* dan *website aesthetics* berpengaruh positif signifikan terhadap *customer satisfaction*. Variabel *customer satisfaction* berpengaruh positif signifikan terhadap *purchase intention*, namun variabel *Islamic physical attributes* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*.

Kata Kunci: *Information Quality, Website Aesthetics, Islamic Physical Attributes, Purchase Intention, Customer Satisfaction*.

The Effect of Information Quality, Website Aesthetics, Islamic Physical Attributes On Purchase Intention Mediated By Customer Satisfaction At Website Lozy Hijab

Hasna Yunitasari

ABSTRACT

The presence and advancement of technology can make it easier for consumers to access the internet to get the desired product through an e-commerce website. This study aims to determine the effect of information quality, website aesthetics, Islamic physical attributes on purchase intention with customer satisfaction as a mediating variable. This study uses a quantitative approach. The sampling technique used was probability sampling and the number of samples was 120 which matched the characteristics of having browsed the Lozy Hijab website but had never bought a product through the website. Data analysis technique using Structural Equation Model (SEM PLS) with SmartPLS 3.0 software. The test results show that the variables of information quality and website aesthetics have a significant positive effect on customer satisfaction. The customer satisfaction variable has a significant positive effect on purchase intention, but the Islamic physical attributes variable does not have a significant effect on customer satisfaction.

Keyword: Information Quality, Website Aesthetics, Islamic Physical Attributes, Purchase Intention, Customer Satisfaction.

تأثير جودة المعلومات ، وجماليات الموقع ، والسمات المادية الإسلامية على نية الشراء
الرسمي Lozy Hijab بواسطة رضا العملاء على موقع
النساء رحمة فيبرياني

حسناء يونيتاساري

يمكن لوجود التكنولوجيا وتقدمها أن يسهل على المستهلكين الوصول إلى الإنترنت للحصول على المنتج المطلوب من خلال موقع التجارة الإلكترونية. تهدف هذه الدراسة إلى تحديد تأثير جودة المعلومات وجماليات الموقع والصفات المادية الإسلامية على نية الشراء مع رضا العملاء كمتغير وسيط. تستخدم هذه الدراسة نهجاً كمياً. كانت تقنية أخذ العينات المستخدمة هي أخذ العينات الاحتمالية وكان عدد العينات 120 ولكن لم يتم شراء منتج من خلال Lozy Hijab والتي تتطابق مع خصائص تصفح الموقع الرسمي لشركة SmartPLS باستخدام برنامج (SEM PLS) الموقع. تحليل البيانات باستخدام تقنية نموذج المعادلة الهيكلية تظهر نتائج الاختبار أن متغيرات جودة المعلومات وجماليات الموقع لها تأثير إيجابي كبير على رضا العملاء. متغير رضا العملاء له تأثير إيجابي كبير على نية الشراء ، لكن متغير الصفات المادية الإسلامية ليس له تأثير كبير على رضا العملاء .

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman Transliterasi Arab Latin ini berdasarkan Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 158 Tahun 1987 dan Nomor 0543b/U/1987.

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab, yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan

No.	Arab	Latin	Keterangan
1	ا	-	Tidak dilambangkan
2	ب	b	-
3	ت	t	-
4	ث	s	s (dengan titik di atasnya)
5	ج	j	-
6	ح	h	h (dengan titik di bawahnya)
7	خ	kh	-
8	د	d	-
9	ذ	z	z (dengan titik di atasnya)
10	ر	r	-
11	ز	z	-
12	س	s	-
13	ش	sy	-
14	ص	ṣ	s (dengan titik di bawahnya)
15	ض	ḍ	d (dengan titik di bawahnya)

No.	Arab	Latin	Keterangan
16	ط	ṭ	t (dengan titik di bawahnya)
17	ظ	ẓ	z (dengan titik di bawahnya)
18	ع	ʿ	koma terbalik terletak di atas
19	غ	g	-
20	ف	f	-
21	ق	q	-
22	ك	k	-
23	ل	l	-
24	م	m	-
25	ن	n	-
26	و	w	-
27	هـ/أ	h	-
28	ء	ʾ	Apostrof
29	ي	y	-

huruf dan tanda secara bersama-sama. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
اَ	<i>Fathah</i>	A	A
اِ	<i>Kasrah</i>	I	I
اُ	<i>Dammah</i>	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu;

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
اَيَّ	Fathah dan ya	Ai	A dan I
اَوَّ	Fathah dan wau	Au	A dan U

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
اَ ... اِ ...	<i>fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>va</i>	ā	a dan garis di atas
اِ ...	<i>kasrah</i> dan <i>ya</i>	ī	i dan garis di atas
اُ ...	<i>dammah</i> dan <i>wau</i>	ū	u dan garis di atas

4. Ta marbu>t}ah

Transliterasi untuk *ta marbu>t}ah* ada dua, yaitu *ta marbu>t}ah* yang hidup atau mendapat harakat *fath}ah*, *kasrah*, dan *d}ammah*, transliterasinya adalah (t). Sedangkan *ta marbu>t}ah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya

adalah (h), contoh جماعة ditulis *jamā'ah*, kecuali untuk kata-kata arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia seperti Shalat, Zakat, dan sebagainya.

Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta marbu>t}ah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, *maka ta marbu>t}ah* itu ditransliterasikan dengan (h).

5. *Syaddah (Tasydi>d)*

Syaddah atau *tasydi>d* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydi>d* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*. Jika huruf ى ber-tasydid di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (ِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* (i>)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf (*alif lam ma'arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-)

7. *Hamzah*

Aturan transliterasi huruf *hamzah* menjadi *apostrof* (') hanya berlaku bagi *hamzah* yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila *hamzah* terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa *alif*

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dari *al-Qur'a>n*), *Sunnah*, *khusus* dan *umum*. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh

9. *Lafz} al-Jala>lah (الله)*

Kata "Allah" yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mud}a>f ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf *hamzah*. Adapun *ta marbu>t}ah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz} al-jala>lah*, ditransliterasi dengan huruf [t]

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku.

DAFTAR ISI

TITLE PAGE	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	v
DECLARATION	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
حسنا يونيتاساري	x
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
DAFTAR SINGKATAN	xx
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Kesenjangan Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Ringkasan Metode Penelitian	8
1.5 Ringkasan Hasil Penelitian.....	8
1.6 Kontribusi Penelitian	9
1.7 Sistematika Penulisan	9
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 <i>Theory of Planned Behavior</i>	10
2.1.2 <i>Purchase Intention</i>	10
2.1.2.1 Pengertian <i>Purchase Intention</i>	10
2.1.2.2 Indikator <i>Purchase Intention</i>	11
2.1.3 <i>Customer Satisfaction</i>	12
2.1.3.1 Pengertian <i>Customer Satisfaction</i>	12
2.1.3.2 Indikator <i>Customer Satisfaction</i>	14
2.1.4 <i>Information Quality</i>	14
2.1.4.1 Pengertian <i>Information Quality</i>	14

2.1.4.2	Indikator <i>Information Quality</i>	15
2.1.5	<i>Website Aesthetics</i>	16
2.1.5.1	Pengertian <i>Website Aesthetics</i>	16
2.1.5.2	Indikator <i>Website Aesthetics</i>	17
2.1.6	<i>Islamic Physical Attributes</i>	17
2.1.6.1	Pengertian <i>Islamic Physical Attributes</i>	17
2.1.6.2	Indikator <i>Islamic Physical Attributes</i>	19
2.2	Penelitian Sebelumnya	19
2.3	Hipotesis	22
2.3.1	Pengaruh <i>Information Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	22
2.3.2	Pengaruh <i>Website Aesthetics</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	22
2.3.3	Pengaruh <i>Islamic Physical Attributes</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> 23	
2.3.4	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	24
BAB 3	METODE PENELITIAN	25
3.1	Pendekatan Penelitian	25
3.2	Model Empiris	25
3.3	Definisi Operasional Variabel	26
3.3.1	Variabel Eksogen (X)	26
3.3.1.1	<i>Information Quality</i>	26
3.3.1.2	<i>Website Aesthetics</i>	26
3.3.1.3	<i>Islamic Physical Attributes</i>	27
3.3.2	Variabel Mediasi (Y)	27
3.3.2.1	<i>Customer Satisfaction</i>	27
3.3.3	Variabel Endogen (Z)	27
3.3.3.1	<i>Purchase Intention</i>	28
3.4	Jenis dan Sumber Data	28
3.4.1	Data Primer	28
3.4.2	Data Sekunder	28
3.5	Teknik Analisis	29
3.5.1	<i>Measurement (Outer) Model</i>	30
3.5.1.1	Uji Validitas	30
3.5.1.2	Uji Reliabilitas	30
3.5.2	<i>Structural (Inner) Model</i>	31
3.5.2.1	Uji Hipotesis	31
BAB 4	HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1	Gambaran Umum Subyek dan Obyek Penelitian	32
4.1.1	Gambaran Umum Subyek	32
4.1.2	Gambaran Umum Obyek	32
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	33
4.2.1	<i>Screening Question</i>	33
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	34
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	34

4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	35
4.2.5	Deskripsi Jawaban Responden	36
4.2.6	Deskripsi Variabel <i>Information Quality</i>	36
4.2.7	Deskripsi Variabel <i>Website Aesthetics</i>	37
4.2.8	Deskripsi Variabel <i>Islamic Physical Attributes</i>	38
4.2.9	Deskripsi Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	39
4.2.10	Deskripsi Variabel <i>Purchase Intention</i>	40
4.3	Hasil Estimasi dan Pembuktian Hipotesis.....	41
4.3.1	Evaluasi <i>Outer (Measurement) Model</i>	41
4.3.1.1	<i>Convergent Validity</i>	42
4.3.1.2	<i>Discriminant Validity</i>	45
4.3.1.3	<i>Construct Reliability</i>	46
4.3.2	Evaluasi <i>Inner (Structural) Model</i>	46
4.3.2.1	Estimasi Koefisien Jalur	48
4.4	Interpretasi Hasil dan Pembahasan.....	49
4.4.1	Pengaruh <i>Information Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	49
4.4.2	Pengaruh <i>Website Aesthetics</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	51
4.4.3	Pengaruh <i>Islamic Physical Attributes</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> 53	
4.4.4	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	54
BAB 5	SIMPULAN DAN SARAN	56
5.1	Ringkasan Hasil.....	56
5.2	Simpulan.....	56
5.3	Saran	57
5.4	Keterbatasan	58
DAFTAR PUSTAKA		59
LAMPIRAN.....		66

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Deskriptif Profil Responden Berdasarkan <i>Screening Question</i>	33
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	34
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	34
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	35
Tabel 4.5	Kategori Rata-rata Jawaban Responden	36
Tabel 4.6	Deskripsi Variabel <i>Information Quality</i>	36
Tabel 4.7	Deskripsi Variabel <i>Website Aesthetics</i>	37
Tabel 4.8	Deskripsi Variabel <i>Islamic Physical Attributes</i>	38
Tabel 4.9	Deskripsi Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	39
Tabel 4.10	Deskripsi Variabel <i>Purchase Intention</i>	40
Tabel 4.11	<i>Convergent Validity (Outer Loading)</i>	43
Tabel 4.12	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	44
Tabel 4.13	<i>Cross Loading</i>	45
Tabel 4.14	Nilai <i>Composite Reliability</i>	46
Tabel 4.15	Nilai <i>R-Square</i>	47
Tabel 4.16	<i>Path Coefficients</i>	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Model Empiris.....	25
Gambar 4.1 Konstruk <i>Loading Factor</i>	42
Gambar 4.2 Konstruk <i>Loading Factor II</i>	43
Gambar 4.3 Uji <i>Inner Model</i>	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	66
Lampiran 2	71
Lampiran 3	73

DAFTAR SINGKATAN

AVE	Average Variance Extracted
CS	Customer Satisfaction
IPA	Islamic Physical Attributes
IQ	Information Quality
LEKSI	Laporan Ekonomi dan Keuangan Syariah
MLE	Maximum Likelihood Estimation
MCPV	Muslim Customer Perceived Value
PI	Purchase Intention
SEM-PLS	Structural Equation Model - Partial Least Square
S-O-R	Stimulus-Organisme-Respons
TPB	Theory of Planned Behavior
WA	Website Aesthetics