

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	ii
ABSTRAC	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Batasan Penelitian	11
1.6 Sistematika Tesis.....	12
BAB II LANDASAN TEORI.....	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.1.1 <i>Online Servicescapes, Trust, And Purchase Intentions</i>	14
2.1.2 <i>Perceived Value, Transaction Cost, And Repurchase-Intention In Online Shopping: A Relational Exchange Perspective</i>	15
2.1.3 <i>The Perception Of E-Servicescape And Its Influence On Perceived E-Shopping Value And Customer Loyalty</i>	16
2.2 Pengertian <i>E-Commerce</i>	17
2.3 <i>E-Servicescape</i>	20
2.3.1 <i>Aesthetic Appeal</i>	21
2.3.2 <i>Layout and functionality</i>	22
2.3.3 <i>Financial Security</i>	24
2.4. <i>Online Customer Behaviour</i>	25
2.4.1 Proses Pembuatan Keputusan.....	27
2.5 <i>Perceived Value</i>	29
2.6. <i>Satisfaction</i>	31
2.7 Loyalitas	33
2.7.1 Mengukur Loyalitas.....	34

2.9 Hubungan Antar Variabel	36
2.9.1 Pengaruh <i>Aesthetic Appeal</i> Terhadap <i>Perceived Value</i>	36
2.9.2 Pengaruh <i>Aesthetic Appeal</i> Terhadap Kepuasan	37
2.9.3 Pengaruh <i>Layout and Functionality</i> Terhadap <i>Perceived Value</i>	37
2.9.4 Pengaruh <i>Layout and Functionality</i> Terhadap Kepuasan.....	38
2.9.5 Pengaruh <i>Finacial Security</i> Terhadap <i>Perceived Value</i>	39
2.9.6 Pengaruh <i>Finacial Security</i> Terhadap Kepuasan.....	40
2.9.7 Pengaruh <i>Perceived Value</i> Terhadap Kepuasan	40
2.9.8 Pengaruh <i>Perceived Value</i> Terhadap <i>Loyalty</i>	41
2.9.9 Pengaruh Kepuasan Terhadap <i>Loyalty</i>	41
BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1. Pendekatan Penelitian	43
3.2 Identifikasi Variabel.....	43
3.3 Definisi Konseptual Variabel	43
3.4 Jenis dan Sumber Data	45
3.5 Populasi dan Sampel	45
3.5.1 Populasi	45
3.5.2 Sampel	46
3.6 Metode Pengumpulan Data	46
3.7 Teknik Analisis Data.....	47
3.7.1. Pengukuran <i>Outer Model</i>	48
3.7.2 <i>Structural Model</i>	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	51
4.2 Analisis Deskriptif.....	54
4.2.1 <i>Aesthetic Appeal</i>	57
4.2.2 <i>Layout & Functionality</i>	58
4.2.3 <i>Financial Security</i>	59
4.2.4 <i>Perceived Value</i>	60
4.2.5 <i>Kepuasan</i>	60
4.2.6 <i>Loyalty</i>	61
4.3 Analisis Data	62
4.3.1 Analisis <i>Structural Equation Model (SEM)</i>	62
4.4. Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis	76

4.4.1 Persepsi Atas <i>Aesthetic Appeal</i> Berpengaruh Positif Pada <i>Perceived Value</i> Pembelanja di Situs Web Shopee	76
4.4.2 Persepsi Atas <i>Aesthetic Appeal</i> Berpengaruh Positif Pada Kepuasan Pembelanja di Situs Web Shopee	76
4.4.3 Persepsi Atas <i>Layout & Functionality</i> Berpengaruh Positif Pada <i>Perceived Value</i> Pembelanja di Situs Web Shopee	77
4.4.4 Persepsi Atas <i>Layout & Functionality</i> Berpengaruh Positif Pada Kepuasan Pembelanja di Situs Web Shopee	78
4.4.5 Persepsi Atas <i>Financial Security</i> Berpengaruh Positif Pada <i>Perceived Value</i> Pembelanja di Situs Web Shopee	79
4.4.6 Persepsi Atas <i>Financial Security</i> Berpengaruh Positif Pada Kepuasan Pembelanja di Situs Web Shopee	79
4.4.7 <i>Perceived Value</i> Berpengaruh Positif Pada Kepuasan Pembelanja di Situs Web Shopee	80
4.4.8 <i>Perceived Value</i> Berpengaruh Positif Pada Loyalitas Pembelanja di Situs Web Shopee	81
4.4.9 Kepuasan Berpengaruh Positif Pada Loyalitas Pembelanja di Website Shopee	82
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	84
5.1 Simpulan	84
5.2 Saran	85
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan	85
5.2.2 Saran Bagi Akademisi	86
5.3 Keterbatasan Penelitian	86
DAFTAR PUSTAKA	88
Lampiran 1: Contoh Kuesioner	90
Lampiran 2: Data Penelitian	94
Lampiran 3: Profil dan Distribusi Tanggapan Responden	103
Lampiran 4: <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	111
Lampiran 5: <i>Structural Equational Modelling</i>	113

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Usia	55
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan Situs Web Shopee Selama 6 bulan terakhir	55
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian melalui Situs Web Shopee Selama 6 bulan terakhir	53
Tabel 4.4 Interval Kelas Variabel	54
Tabel 4.5 Penilaian Responden Terhadap <i>Aesthetic Appeal</i> Shopee	54
Tabel 4.6 Penilaian Responden Terhadap <i>Layout & Functionality</i> Shopee	55
Tabel 4.7 Penilaian Responden Terhadap <i>Financial Security</i> Shopee	56
Tabel 4.8 <i>Perceived Value</i> Responden Terhadap Situs Web Shopee	57
Tabel 4.9 Penilaian Kepuasan Responden Terhadap Situs Web Shopee	57
Tabel 4.10 Loyalitas Responden Terhadap Situs Web Shopee	58
Tabel 4.11 Uji <i>Convergent Validity</i> dan <i>Reliability Construct</i> Variabel <i>Aesthetic Appeal</i>	60
Tabel 4.12 Uji <i>Convergent Validity</i> dan <i>Reliability Construct</i> Variabel <i>Layout & Functionality</i>	60
Tabel 4.13 Uji <i>Convergent Validity</i> dan <i>Reliability Construct</i> Variabel <i>Financial Security</i>	61
Tabel 4.14 Uji <i>Convergent Validity</i> dan <i>Reliability Construct</i> Variabel <i>Perceived Value</i>	62
Tabel 4.15 Uji <i>Convergent Validity</i> dan <i>Reliability Construct</i> Variabel <i>Satisfaction</i>	62
Tabel 4.16 Uji <i>Convergent Validity</i> dan <i>Reliability Construct</i> Variabel <i>Loyalty</i>	63
Tabel 4.17 Uji <i>Outlier</i> Secara Univariate	64
Tabel 4.18 Uji Normalitas	65
Tabel 4.19 Uji <i>Goodness Of Fit</i> Pada Model Awal	67
Tabel 4.20 Modifikasi Model	68
Tabel 4.21 Uji <i>Goodness Of Fit</i> Pada Model Modifikasi	69
Tabel 4.22 Uji Hipotesis Pengaruh Langsung	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertambahan jumlah user Shopee pada tahun 2017.....	3
Gambar 1.2 Top 5 web dan aplikasi E-commerce di Indonesia pada kuartal 4 tahun 2018....	4
Gambar 1.3 Nilai Transaksi Top 3 E-Commerce di Indonesia.....	5
Gambar 1.4 Performa situs web Shopee Maret-May 2019.....	5
Gambar 2.1 Online Consumer Behaviour.....	26
Gambar 2.2 5 Tahap Pengambilan Keputusan.....	27
Gambar 2.3 Determinan dari Customer Perceived Value.....	30
Gambar 2.4 Model Penelitian	36
Gambar 4.1 Tampilan Situs Web Shopee (Sumber: www.shopee.co.id).....	52
Gambar 4.2 Perbedaan Tampilan Halaman "Akun Saya" Pada Aplikasi dan Situs Web Shopee.....	53
Gambar 4.3 Tampilan Kategori dan Kumpulan Kata Kunci pada Situs Web Shopee	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Contoh Kuesioner	86
Lampiran 2 Data Penelitian	89
Lampiran 3 Profil dan Distribusi Tanggapan Responden	98
Lampiran 4 Confirmatory Factor Analysis	106
Lampiran 5 Structural Equation Modeling	108