

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xviii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	14
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	15
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	15
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	16
1.4 Sistematika Penulisan .....	17
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	19
2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu .....	19
2.1.1 Belanja Online .....	19
2.1.2 E-commerce .....	20
2.1.3 E-loyalty .....	21
2.1.4 E-satisfaction .....	23
2.1.5 E-service quality .....	24
2.1.6 Kualitas Informasi .....	26
2.1.7 Persepsi Kemudahan .....	29
2.2 Penelitian Terdahulu .....	30
2.3 Kerangka Pemikiran .....	33
2.4 Hipotesis .....	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	39

3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	39
3.1.1	Definisi Operasional .....	40
3.2	Populasi dan Sampel.....	44
3.2.1	Populasi.....	44
3.2.2	Sampel.....	44
3.3	Jenis Data dan Sumber Data.....	46
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	47
3.5	Metode Analisis Data .....	49
3.5.1	Analisis Angka Indeks .....	49
3.5.2	Analisis Kuantitatif .....	50
3.5.3	Uji Instrumen Data.....	50
3.5.3.1	Uji Validitas .....	50
3.5.3.1	Uji Reliabilitas .....	51
3.5.4	Uji Asumsi Klasik.....	51
3.5.4.1	Uji Multikolinieritas.....	52
3.5.4.2	Uji Heteroskedastisitas.....	52
3.5.4.3	Uji Normalitas.....	53
3.5.5	Analisis regresi Linier Berganda.....	54
3.5.6	Menilai Goodness of Fit suatu model .....	55
3.5.6.1	Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji T) ...	55
3.5.6.2	Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	56
3.5.6.3	Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	57
3.5.7	Uji Intervening (Uji Sobel) .....	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....		59
4.1	Deskripsi Objek Penelitian .....	59
4.1.1	Gambaran Umum Lazada Indonesia.....	59
4.1.2	Deskripsi Responden .....	60
4.1.2.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis kelamin....	60
4.1.2.2	Profil Responden Berdasarkan Usia .....	61
4.1.2.3	Profil Responden Berdasarkan Profesi .....	61
4.1.2.4	Profil Responden Berdasarkan Rentang Waktu Terakhir Melakukan Transaksi Pembelian .....	62

4.1.2.5	Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja .....	63
4.2	Analisis Deskriptif.....	64
4.2.1	Analisis Angka Indeks Variabel E-service quality .....	66
4.2.2	Analisis Angka Indeks Variabel Kualitas Informasi.....	67
4.2.3	Analisis Angka Indeks Variabel Persepsi Kemudahan....	69
4.2.4	Analisis Angka Indeks Variabel E-satisfaction .....	70
4.2.5	Analisis Angka Indeks Variabel E-loyalty.....	71
4.3	Uji Instrumen.....	72
4.3.1	Uji Validitas .....	72
4.3.2	Uji Reliabilitas .....	75
4.4	Uji Asumsi Klasik .....	76
4.4.1	Uji Multikolinearitas .....	76
4.4.2	Uji Heteroskedasitas .....	77
4.4.3	Uji Normalitas.....	80
4.5	Analisis Regresi Linear Berganda.....	83
4.6	Pengujian Goodness of Fit.....	86
4.6.1	Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji T) .....	86
4.6.2	Uji Pengaruh Simultan (Uji F).....	89
4.6.3	Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	91
4.7	Uji Sobel.....	92
4.8	Pembahasan Hasil Penelitian.....	95
BAB V PENUTUP .....		97
5.1	Kesimpulan.....	97
5.2	Keterbatasan Penelitian .....	100
5.3	Saran .....	101
5.3.1	Implikasi Teoretis .....	101
5.3.2	Implikasi Manajerial .....	108
5.3.3	Agenda Penelitian Mendatang .....	112
DAFTAR PUSTAKA .....		113