

## DAFTAR ISI

HALAMAN PEGESAHAN .....	i
ORISINALITAS SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iii
MOTTO.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAKSI .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 LATAR BELAKANG .....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	13
1.3 TUJUAN PENELITIAN .....	14
1.4 MANFAAT PENELITIAN.....	15
1.5 TINJAUAN PUSTAKA.....	16
1.5.1 Tinjauan Teori.....	16
1.5.2 Tinjauan Empirik.....	41
1.6 PENGARUH ANTAR VARIABEL.....	58
1.6.1 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>E-Trust</i> .....	58
1.6.2 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>E-Satisfaction</i> .....	59
1.6.3 Pengaruh <i>E-Trust</i> Terhadap <i>E-Satisfaction</i> .....	60
1.6.4 Pengaruh <i>E-Trust</i> Terhadap <i>E-Loyalty</i> .....	61
1.6.5 Pengaruh <i>E-Satisfaction</i> Terhadap <i>E-Loyalty</i> .....	62
1.6.6 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>E-Loyalty</i> .....	64
1.7 KERANGKA PEMIKIRAN .....	65

1.8	HIPOTESIS.....	68
1.9	MODEL HIPOTESIS .....	69
1.10	DEFINISI KONSEP, OPERASIONAL, DAN INDIKATOR .....	71
	1.10.1 Definisi Konsep.....	71
	1.10.2 Definisi Operasional.....	72
1.11	METODE PENELITIAN.....	78
	1.11.1 Jenis Penelitian.....	78
	1.11.2 Ruang Lingkup Penelitian.....	78
	1.11.3 Lokasi Penelitian .....	78
	1.11.4 Sumber Data.....	79
	1.11.5 Teknik Pengumpulan Data.....	79
	1.11.6 Skala Pengukuran.....	80
	1.11.7 Populasi dan Sampel Penelitian .....	81
	1.11.8 Teknik Sampling .....	82
	1.11.9 Uji Instrumen Penelitian .....	82
	1.11.10 Teknik Analisis Data .....	84
	1.11.11 Uji Hipotesis .....	87
<b>BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN .....</b>		<b>88</b>
2.1	SEJARAH PERUSAHAAN.....	88
2.2	LOGO SHOPEE.....	89
2.3	VISI DAN MISI .....	90
	2.3.1 Visi .....	90
	2.3.2 Misi.....	90
2.3	MODEL BISNIS SHOPEE.....	90
2.4	PRODUK DAN LAYANAN .....	91
2.5	<i>LOYALTY</i> .....	92
<b>BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>94</b>
3.3	HASIL UJI INSTRUMEN.....	95
	3.3.2 Hasil Uji Validitas .....	95
	3.3.3 Hasil Uji Reliabilitas .....	98
3.4	KARAKTERISTIK RESPONDEN.....	99

3.4.2	Jenis Kelamin Responden .....	99
3.4.3	Usia Responden.....	100
3.4.4	Jumlah Transaksi Responden .....	101
3.5	TEKNIK ANALISIS DATA.....	102
3.5.2	Analisis Deskriptif.....	102
3.5.3	Analisis Inferensial.....	143
3.6	PEMBAHASAN.....	156
3.6.1	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Trust</i> .....	156
3.6.2	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i> .....	158
3.6.3	Pengaruh <i>E-Trust Terhadap E-Satisfaction</i> .....	161
3.6.4	Pengaruh <i>E-Trust Terhadap E-Loyalty</i> .....	162
3.6.5	Pengaruh <i>E-Satisfaction Terhadap E-Loyalty</i> .....	164
3.6.6	Pengaruh <i>E-Service Quality Terhadap E-Loyalty</i> .....	166
3.6.7	Pengaruh <i>E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction melalui E-Trust</i> ..	169
3.6.8	Pengaruh <i>E-Trust Terhadap E-Loyalty melalui E-Satisfaction</i> .....	170
3.6.9	Pengaruh <i>E-Service Quality Terhadap E-Loyalty melalui E-Trust</i> .....	171
3.6.10	Pengaruh <i>E-Service Quality Terhadap E-Loyalty melalui E-Satisfaction</i> .....	172
BAB IV PENUTUP .....		174
4.6	KESIMPULAN .....	174
4.7	SARAN .....	175
DAFTAR PUSTAKA .....		178
LAMPIRAN .....		187