

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan Penelitian	14
D. Manfaat Penelitian	15
BAB II	17
TINJAUAN PUSTAKA	17
A. Landasan Teori	17
B. Penelitian Terdahulu.....	26
C. Hubungan Antar Variabel.....	30
D. Kerangka Konseptual.....	36
E. Hipotesis Penelitian.....	36
BAB III	38
METODOLOGI PENELITIAN	38
A. Rancangan Penelitian.....	38
B. Objek dan Waktu Penelitian.....	38
C. Populasi.....	39
D. Sampel dan Teknik Sampling.....	39

E. Jenis Data Penelitian	41
F. Prosedur Pengambilan Data	41
G. Klasifikasi Variabel Penelitian	42
H. Definisi Operasional Variabel	43
I. Skala Pengukuran Variabel	44
J. Uji Instrumen	46
K. Teknik Analisis Data	52
BAB IV	56
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
A. Hasil Penelitian	56
B. Pembahasan	72
BAB V	81
KESIMPULAN DAN SARAN	81
A. Kesimpulan	81
B. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	85

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	43
Tabel 3. 2 Skala Likert	44
Tabel 3. 3 Hasil Outer Loading pada 100 Responden.....	47
Tabel 3. 4 Hasil Cross Loading Factor pada 100 Responden	48
Tabel 3. 5 Hasil AVE pada 100 Responden.....	49
Tabel 3. 6 Hasil Composite Reability pada 100 Responden	50
Tabel 3. 7 Hasil Cronback’s Alpha pada 100 Responden	51
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	57
Tabel 4. 3 Penilaian E-Service Quality	58
Tabel 4. 4 Penilaian Perceived Value	59
Tabel 4. 5 Penilaian E-Satisfaction	61
Tabel 4. 6 Penilaian E-Loyalty.....	62
Tabel 4. 7 Hasil Uji R-Square	66
Tabel 4. 8 Hasil Uji Q-Square	67
Tabel 4. 9 Hasil Efek Langsung (Path Coefficient)	68
Tabel 4. 10 Hasil Efek Tidak Langsung (Spesific Indirect).....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Negara dengan Proyeksi Pertumbuhan E-Commerce Tertinggi 2024	2
Gambar 1. 2 Perusahaan Retail Terbesar di Asia Tenggara	4
Gambar 1. 3 Unduhan Aplikasi Alfagiff dan Klik Indomaret	5
Gambar 1. 4 Fitur Aplikasi Alfagift	6
Gambar 1. 5 Ulasan Kritis Pengguna Alfagift	8
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	36
Gambar 4. 1 Outer Model	63
Gambar 4. 2 Inner Model	66

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN.....	88
LAMPIRAN II KUESIONER GOOGLE FORMS	93
LAMPIRAN III TABULASI DATA 100 RESPONDEN.....	100
LAMPIRAN IV HASIL UJI PARTIAL LEAST SQUARE.....	109