DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
PERNYATAAN KEASLIAN ..... **ii**
LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING ..... **iii**
LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI ..... **iv**
HALAMAN PERSEMBAHAN ..... **v**
MOTTO ..... **vi**
KATA PENGANTAR ..... **vii**
ABSTRAK ..... **viii**
DAFTAR ISI ..... **ix**
DAFTAR TABEL ..... **xi**
DAFTAR GAMBAR ..... **xii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiii**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 3
1.3 Tujuan Penelitian 4
1.4 Batasan Masalah 4
1.5 Manfaat Penelitian 4
1.6 Sistematika Penulisan 5
BAB II KAJIAN LITERATUR **7**
2.1 Kajian Induktif 7
2.1.1 Penelitian Terdahulu 7
2.1.2 Konsumen 8
2.1.3 Perilaku Konsumen 8
2.1.4 Keputusan Pembelian *Online* 9
2.1.5 E-Service Quality 12
2.1.6 E-Satisfaction 14
2.2 Kajian Empiris 17
2.2.1 Pengaruh Antar Variabel dan Hipotesis 17
2.2.2 Kerangka Pemikiran 19

BAB III METODE PENELITIAN 20
3.1 Rancangan Penelitian 20
3.2 Obyek Penelitian 20
3.3 Populasi Penelitian Dan Sempel Penelitian 20
3.4 Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data 22
3.5 Klasifikasi Variabel Penelitian 23
3.6 Definisi Operasional Variabel Penelitian 23
3.7 Skala Pengukuran Variabel 26
3.8 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas 26
3.9 Metode Analisis Data 28
3.10 *Flowchart* Penlitian 30

BAB IV PENGUMPULAN DATA DAN PENGOLAHAN DATA 33
4.1 Pengumpulan Data 33
4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden 33
4.1.2 Deskripsi Variabel Penelitian 36
4.2 Pengolahan Data 38
4.2.1 Hasil Uji *Partial Least Square* (PLS) 38
4.3 Uji Hipotesis 44

BAB V PEMBAHASAN 46
5.1 Pengaruh *E-Service Quality* terhadap Keputusan Pembelian *Online* 46
5.2 Pengaruh *E-Service Quality* terhadap *E-Satisfaction* 46
5.3 Pengaruh *E-Satisfaction* terhadap Keputusan Pembelian *Online* 47
5.4 Pengaruh *E-Service Quality* terhadap Keputusan Pembelian *Online* melalui *E-Satisfaction* 47

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN 49
6.1 Kesimpulan 49
6.2 Saran 49
6.2.1 Bagi Peneliti Selanjutnya 49
6.2.2 Bagi Perusahaan 50

DAFTAR PUSTAKA 51
LAMPIRAN 54

DAFTAR TABEL

2.1 Komparasi Penelitian……..… 7
3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian…….……24
3.2 Skala Likert……...26
3.3 Hasil Validitas 30 Responden……..……..27
3.4 Hasil Uji Reliabilitas 30 Responden……..……28
3.5 Skala Interval…….29
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin……..……33
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia…….……34
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Situs Online……...34
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Situs Online……...35
4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian……..……..……35
4.6 Karakteristik Responden Jenis Pekerjaan……..……36
4.7 Persepsi Responden Variabel *E-Service Quality*……...37
4.8 Persepsi Resoponden Variabel *E-Satisfaction*…….....37
4.9 Persepsi Responden Variabel Keputusan Pembelian Online……..……...……38
4.10 Hasil *Outer Loading*……40
4.11 Hasil AVE (*Average Variance Extraced*)……41
4.12 Hasil Pengujian *Convergent Validity*……..…41
4.13 Nilai *Cross Loading* Hasil Pengujian *Discriminant Validity*……..42
4.14 Hasil Pengujian *Composite Reliability*……42
4.15 Hasil Pengujian *Goodness of Fit Inner Model*……43
4.16 Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung…….……44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian……19
Gambar 3.1 *Flowchart* Penelitian……...31
Gambar 4.1 Konstruk Diagram Jalur ……39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner……54
Lampiran 2. Rekapitulasi Data Karakteristik 105 Responden ……58
Lampiran 3. Rekapitulasi Data 105 Responden…….....66
Lampiran 4. Deskripsi Responden ……..74
Lampiran 5. Deskripsi Tanggapan Responden……....76
Lampiran 6. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas ……...77
Lampiran 7. Hasil Uji PLS (*Partial Least Square*)…….80
Lampiran 8. *Screenshot* Sosial Media Dan Produk Guten.inc..…….....82