

DAFTAR ISI

Skripsi	i
HALAMAN PENGESAHAN	i
Disusun Oleh :	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
INTISARI	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 E-Commerce	11
2.2 <i>Costumer Loyalty</i>	12
2.3 <i>Trust</i>	15
2.4 Website Quality	17
2.5 <i>Customer engagement</i>	19
2.6 Perumusan Hipotesis	21
2.6.1 Pengaruh <i>Website quality</i> dan <i>Customer engagement</i>	21
2.6.2 Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Customer engagement</i>	23
2.6.3 Pengaruh <i>Website quality</i> dan Loyalitas	24
2.6.4 Pengaruh <i>Trust</i> terhadap loyalitas	25

2.6.5	Pengaruh <i>Customer Engagement</i> terhadap loyalitas	26
2.7	Kerangka penelitian.....	27
BAB III METODE PENELITIAN		28
3.1.	Jenis Penelitian	28
3.2.	Populasi dan Teknik Sampling	28
3.3.	Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data	30
3.3.1.	Sumber Data	30
3.3.2.	Metode Pengumpulan Data	30
3.4.	Variabel penelitian, Definisi Operasional dan Indikator	31
3.4.1.	Variabel Penelitian	31
3.4.2.	Definisi Operasional dan indikator	31
3.5.	Tekhnik Analisis Data	33
3.5.1.	Deskripsi Variabel	33
3.5.2.	<i>Partial Least Square (PLS)</i>	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		37
4.1.	Gambaran Umum Responden	37
4.2.	Analisis Data	44
4.2.1.	Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	44
4.2.2.	Inner Model	49
4.2.3.	Pengujian Hipotesis	50
4.2.4.	Koefisien Determinasi	52
4.2.5.	Pengaruh Tidak Langsung	53
4.3.	Pembahasan	54
4.3.1.	Pengaruh <i>Website quality</i> dan <i>Customer engagement</i>	54
4.3.2.	Pengaruh <i>Trust Terhadap Customer Engagement</i>	56
4.3.3.	Pengaruh <i>Web Quality</i> terhadap <i>Trust</i>	57

4.3.4. Pengaruh <i>Trust</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	59
4.3.5. Pengaruh <i>Customer Engagement</i> terhadap loyalitas	60
BAB V PENUTUP	63
5.1. Kesimpulan.....	63
5.2. Implikasi Manajerial.....	64
5.3. Keterbatasan Penelitian	65
5.4. Agenda Penelitian Mendatang.....	65

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1. Defini Operasional dan Indikator.....	32
Tabel 4. 1. Usia Responden.....	37
Tabel 4. 2 Rentang Skala Variabel Penilaian.....	39
Tabel 4. 3. Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan.....	40
Tabel 4. 4. Statistik Deskriptif Variabel <i>Web Quality</i>	41
Tabel 4. 5. Statistik Deskriptif Variabel <i>Trust</i>	42
Tabel 4. 6. Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer engagement</i>	43
Tabel 4. 7. Hasil Ounter Loading.....	45
Tabel 4. 8. Pengujian Validitas	46
Tabel 4. 9. Pengujian Reliabilitas	47
Tabel 4. 10. Pengujian Reliabilitas	48
Tabel 4. 11. Rangkuman Hasil Inner Model	49
Tabel 4. 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Indonesia Online Store Most Complain, 2018.....	4
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	27
Gambar 4. 1. Inner Model Penelitian	49