

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	4
1.3 Perumusan Masalah	13
1.4 Tujuan Penelitian	14
1.5 Manfaat Penelitian	14
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Tinjauan Pustaka dan Penelitian Terdahulu	17
2.1.1 Manajemen Pemasaran	17
2.1.2 <i>Service Quality</i>	17
2.1.3 <i>Overall Service Quality</i>	20
2.1.4 <i>Information Quality Dimension</i>	21
2.1.5 <i>System Quality Dimension</i>	22
2.1.6 <i>Customer Satisfaction</i>	23
2.1.7 <i>Revisit Intention</i>	23
2.2 Penelitian Terdahulu	25
2.3 Kerangka Penelitian	35
2.4 Hipotesis	37
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Jenis Penelitian	38
3.2 Operasional Variabel	39

3.3 Skala Pengukuran	45
3.4 Tahapan Penelitian	46
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	47
3.5.1 Populasi	47
3.5.2 Sampel	48
3.5.3 Teknik Sampling	49
3.6 Pengumpulan Data	49
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas	50
3.7.1 Uji Validitas.....	50
3.7.2 Uji Reliabilitas	52
3.8 Teknik Analisis Data	53
3.8.1 Analisis Deskriptif.....	53
3.8.2 <i>Structural Equation Modelling (SEM)</i>	55
3.8.3 <i>Partial Least Square Structural Equation Model (PLS-SEM)</i>	56
3.8.4 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	56
3.8.5 Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	57
3.8.6 Uji Goodness-of-Fit.....	59
3.9 Uji Hipotesis.....	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	62
4.1 Karakteristik Responden	62
4.1.1 Jenis Kelamin	62
4.1.2 Usia.....	62
4.1.3 Pekerjaan	63
4.1.4 Pendidikan Terakhir	64
4.1.5 Rata – Rata Pendapatan Bulanan.....	64
4.1.6 Pengalaman Menggunakan Situs.....	65
4.2 Statistik Deskriptif	66
4.2.1 Statistik Deskriptif Variabel <i>Overall Service Quality</i>	67
4.2.2 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	73
4.2.3 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Retention</i>	75
4.3 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	77
4.3.1 <i>Convergent Validity</i>	77
4.3.2 <i>Discriminant Validity</i>	80

4.3.3 <i>Cronbach Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	81
4.4 Evaluasi Model Struktural (Inner Model)	82
4.4.1 <i>R Square</i>	82
4.4.2 <i>Q Square</i>	83
4.4.3 <i>F Square</i>	84
4.4.4 <i>Path Coefficients</i>	85
4.5 Uji <i>Goodness-of-Fit</i>	86
4.6 Uji Hipotesis Langsung (<i>Direct Effect</i>).....	86
4.7 Uji Hipotesis Mediasi (<i>Indirect Effect</i>)	89
4.8 Pembahasan.....	92
4.8.1 Pengaruh <i>Overall Service Quality</i> terhadap <i>Customer Retention</i> pada Pegguna <i>E-commerce Shopee</i>	92
4.8.2 Pengaruh <i>Overall Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> pada Pegguna <i>E-commerce Shopee</i>	93
4.8.2 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Retention</i> pada Pengguna <i>E-commerce Shopee</i>	94
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	95
5.1 Simpulan	95
5.2 Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	102