

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN KEASLIAN	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Batasan Penelitian.....	6
1.5. Manfaat Penelitian	7
1.6. Sistematika Penulisan	7
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. <i>E-Commerce</i>	9
2.1.1 Jenis-jenis e-Commerce	10
2.1.2. Manfaat E-commerce.....	11
2.1.3. Gambaran Pasar <i>E-Commerce</i> di Indonesia	12
2.2 E-Service Quality	14
2.4. Penelitian Terdahulu.....	17
2.5. Conceptual Framework.....	24
2.6. Perumusan Hipotesis.....	24
BAB III	26
METODOLOGI PENELITIAN	26

3.1. Desain Penelitian.....	26
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian	26
3.3. Definisi Operasional.....	27
3.4. Metode Pengolahan Data	28
3.5. Instrumen Penelitian	29
3.5.1. Uji Validitas	34
3.5.2. Uji Reliabilitas	34
3.5.3. Uji Asumsi Klasik.....	35
3.5.4. Uji Normalitas.....	35
3.5.5. Uji Multikolinearitas	35
3.5.6. Uji Heteroskedastisitas.....	35
3.5.7. Uji Analisis Regresi	36
3.5.8. Uji Determinasi.....	36
3.5.9. Uji t (t-test)	37
3.5.10. Uji F	38
3.6. Questionnaire Design	38
BAB IV.....	44
HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1. Uji Instrumen	44
4.1.1. Uji Validitas	44
4.1.2. Uji Reliabilitas	48
4.2. Profil Responden	49
4.2.1. Usia.....	49
4.2.2. Jenis Kelamin.....	50
4.2.3. Jumlah Pengeluaran Dalam Satu Bulan.....	51
4.2.4. Jumlah Pengeluaran Dalam Satu Bulan Untuk Belanja <i>Online</i>	51
4.2.5. Jenjang Pendidikan	52
4.2.6. Domisili	53
4.2.7. Penggunaan Platform Untuk Belanja <i>Online</i>	53
4.2.8. Frekuensi Penggunaan Aplikasi Toko <i>Online</i>	54
4.2.9. Aplikasi Yang Sering Digunakan	55
4.2.10. <i>E-commerce</i> Yang Sering Dgunakan Untuk Melakukan Keputusan Pembelian.....	55
4.3. Uji Asumsi Klasik	56

4.3.1. Uji Normalitas.....	56
4.3.2. Uji Multikolinearitas	58
4.3.3. Uji Heteroskedastisitas.....	59
4.4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	61
4.4.1. Uji Koefisien Determinasi	61
4.4.2. Uji F	62
4.4.3. Uji T	63
4.4.4. Hasil Persamaan Regresi Linier Berganda.....	64
4.4.5. Diskusi Hasil Penelitian.....	66
4.4.6. Implikasi Manajerial.....	68
BAB V	71
KESIMPULAN DAN SARAN	71
5.1. Kesimpulan.....	71
5.2. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	76

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Skala Kuesioner Likert	28
Tabel 3. 2 Kisi-Kisi Pernyataan E-Service Quality	29
Tabel 3. 3 Kisi-Kisi Pernyataan Purchase Decision	31
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Variabel X	44
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Y	46
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas X.....	48
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas Y.....	48
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	49
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pengeluaran Satu Bulan	51
Tabel 4. 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pengeluaran Satu Bulan Untuk Belanja Online	52
Tabel 4. 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan	52
Tabel 4. 10 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	53
Tabel 4. 11 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Platform Untuk Belanja Online	54
Tabel 4. 12 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Aplikasi Toko Online	54
Tabel 4. 13 Karakteristik Responden Berdasarkan Aplikasi Yang Sering Digunakan.....	55
Tabel 4. 14 Karakteristik Responden Berdasarkan E-commerce Yang Sering Digunakan Untuk Melakukan Keputusan Pembelian.....	56
Tabel 4. 15 One-Sample Kolmogorov Smirnov	57
Tabel 4. 16 Uji Multikolinearitas	58
Tabel 4. 17 Uji Heteroskedastisitas.....	60
Tabel 4. 18 Uji Koefisien Determinasi	62
Tabel 4. 19 Uji F.....	62
Tabel 4. 20 Uji T.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Trend Pengguna Internet di Indonesia periode tahun 2018 – 2022	2
Gambar 1. 2 E-Commerce yang Paling Banyak Dikunjungi di Indonesia	3
Gambar 1. 3 Top Brand Index Online Shopping	4
Gambar 2. 1 Model Proses Pengambilan Keputusan	16
Gambar 4. 1 Uji Normalitas.....	577
Gambar 4. 2 Grafik Plot	611