

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN TESIS	ii
SURAT PERNYATAAN UNTUK TESIS MAHASISWA MM UNTAR.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	iv
KATA PENGANTAR.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	9
C. Ruang Lingkup	10
D. Rumusan Masalah.....	11
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	11
F. Kerangka Penelitian	12
BAB II TELAAH KEPUSTAKAAN	
A. Landasan Teori	14
B. Kaitan Antar Variabel	19
C. Penelitian Terdahulu	22
D. Kerangka Penelitian.....	35
E. Hipotesis Penelitian.....	36

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Periode Penelitian	37
B. Sumber dan Pengumpulan Data.....	37
C. Populasi dan Sampel.....	37
D. Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel.....	38
E. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	41
F. Teknik Analisis Data	42
G. Pengujian Hipotesis Penelitian	46

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Profil Responden	47
B. Deskripsi Objek Penelitian	52
C. Hasil Analisis Data	56
D. Pembahasan	68

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	75
B. Implikasi Manajerial	75
C. Saran untuk Peneliti Berikutnya	76

DAFTAR PUSTAKA.....	78
---------------------	----

LAMPIRAN	82
----------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Unit Bisnis dan Bidang Bisnis PT Social Bella Indonesia	4
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel <i>E-Service Quality</i>	39
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel <i>Perceived E-Word Of Mouth</i>	39
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel <i>Perceived Satisfaction</i>	40
Tabel 3.4 Operasionalisasi Variabel <i>Purchase Intention</i>	40
Tabel 3.5 Hubungan Status/Jenis Mediasi.....	46
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	47
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	48
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	49
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	49
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi niat untuk belanja di Sociolla dalam satu tahun terakhir	50
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Menggunakan <i>Website Sociolla</i>	50
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Produk kecantikan yang sering di beli di Sociolla	51
Tabel 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan estimasi pengeluaran per bulan untuk produk kecantikan.....	52
Tabel 4.10 Jawaban Responden terhadap Indikator <i>E-Service Quality</i>	53
Tabel 4.11 Jawaban Responden terhadap Indikator <i>Perceived E-WOM</i>	54
Tabel 4.12 Jawaban Responden terhadap Indikator <i>E-Satisfaction</i>	55

Tabel 4.13 Jawaban Responden terhadap Indikator <i>Purchase Intention</i>	55
Tabel 4.14 Hasil Analisis <i>Loading Factor</i>	56
Tabel 4.15 Hasil Analisis <i>Average Variance Extracted</i>	57
Tabel 4.16 Hasil Analisis HTMT	58
Tabel 4.17 Hasil Analisis <i>Construct Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	59
Tabel 4.18 Hasil Uji <i>Coefficient of Determination (R²)</i>	60
Tabel 4.19 Hasil Uji <i>Cross-Validated Redundancy (Q²)</i>	61
Tabel 4.20 Hasil Uji <i>Path Coefficient</i>	62
Tabel 4.21 Hasil Uji <i>Goodness of Fox (GoF)</i>	63
Tabel 4.22 Hasil Uji <i>The Effect Size (f²)</i>	64
Tabel 4.23 Hasil Uji Mediasi.....	65
Tabel 4.24 Hasil Uji t dan Uji Signifikansi	65
Tabel 4.25 Hasil Pengujian Hipotesis.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peringkat Berbagai <i>E-Commerce</i> di Indonesia pada Tahun Q4 Tahun 2020.....	2
Gambar 1.2 Grafik Pendapatan pada Bidang Kecantikan dan Perawatan Pribadi d disesuaikan untuk perkiraan terdapat dampak COVID-19 Oktober 2020.....	3
Gambar 1.3 Peringkat <i>E-Commerce</i> pada bidang Kosmetik pada Q2 tahun 2020.....	5
Gambar 1.4 Halaman Depan <i>Website Sociolla</i>	6
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	36
Gambar 4.1 Hasil Pengujian <i>Algorithm</i>	56
Gambar 4.2 Hasil Pengujian <i>Blindfolding</i>	61
Gambar 4.3 Hasil Pengujian <i>Bootstrapping</i>	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	82
Lampiran 2 Karakteristik Responden	86
Lampiran 3 Deskripsi Objek Penelitian.....	91
Lampiran 4 Hasil Analisis Data	93