**DAFTAR ISI**

**KATA PENGANTAR ......................................................................................... i**

**DAFTAR ISI .......................................................................................................**

**DAFTAR TABEL ............................................................................................... ix**

**DAFTAR GAMBAR ........................................................................................... x**

[**DAFTAR LAMPIRAN ....................................................................................... xi BAB I PENDAHULUAN** **1**](#_Toc247443)

[1.1 Latar Belakang 1](#_Toc247444)

[1.2 Identifikasi Masalah 10](#_Toc247445)

[1.3 Batasan Masalah 10](#_Toc247446)

[1.4 Rumusan Masalah 11](#_Toc247447)

[1.5 Tujuan Penelitian 11](#_Toc247448)

[1.6 Manfaat Penelitian 12](#_Toc247449)

[**BAB II TINJAUAN PUSTAKA** **13**](#_Toc247450)

[2.1 Kerangka Teori 13](#_Toc247451)

[2.1.1 *E-commerce* 13](#_Toc247452)

[2.1.1.1 Jenis-Jenis *E-commerce* 13](#_Toc247453)

[2.1.1.2 Manfaat *E-commerce* 15](#_Toc247454)

[2.1.2 *Fulfillment Quality* 16](#_Toc247455)

[2.1.2.1 Definisi *Fulfillment Quality* 16](#_Toc247456)

[2.1.2.2 Tujuan *Fulfillment Quality* 17](#_Toc247457)

[2.1.2.3 Manfaat *Fulfillment Quality* 18](#_Toc247458)

[2.1.2.4 Faktor-Faktor *Fulfillment Quality* 19](#_Toc247459)

[2.1.2.5 Indikator *Fulfillment Quality* 20](#_Toc247460)

[2.1.3 *Privacy Quality* 20](#_Toc247461)

[2.1.3.1 Definisi *Privacy Quality* 20](#_Toc247462)

[2.1.3.2 Tujuan *Privacy Quality* 21](#_Toc247463)

[2.1.3.3 Manfaat *Privacy Quality* 21](#_Toc247464)

[2.1.3.4 Faktor-Faktor *Privacy Quality* 22](#_Toc247465)

[2.1.3.5 Indikator *Privacy Quality* 23](#_Toc247466)

[2.1.4 Kepuasan Konsumen 23](#_Toc247467)

[2.1.4.1 Definisi Kepuasan Konsumen 23](#_Toc247468)

[2.1.4.2 Tujuan Kepuasan Pelanggan 24](#_Toc247469)

[2.1.4.3 Manfaat Kepuasan Konsumen 25](#_Toc247470)

[2.1.4.4 Faktor-Faktor Kepuasan Konsumen 25](#_Toc247471)

[2.1.4.5 Indikator Kepuasan Pelanggan 27](#_Toc247472)

[2.2 Penelitian Terdahulu 27](#_Toc247473)

[2.3 Kerangka Konseptual 30](#_Toc247474)

[2.3.1 Pengaruh *Fulfillment* *Quality* Terhadap Kepuasan Konsumen 30](#_Toc247475)

[2.3.2 Pengaruh *Privacy* *Quality* Terhadap Kepuasan Konsumen 31](#_Toc247476)

[2.3.3 Pengaruh *Fulfillment Quality* dan *Privacy Quality* Terhadap Kepuasan Konsumen 31](#_Toc247477)

 [2.4 Hipotesis 32](#_Toc247478)

[**BAB III METODE PENELITIAN** **34**](#_Toc247479)

[3.1 Desain Penelitian 34](#_Toc247480)

[3.2 Populasi dan Sampel 34](#_Toc247481)

[3.2.1 Populasi 34](#_Toc247482)

[3.2.2 Sampel 34](#_Toc247483)

[3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian 36](#_Toc247484)

[3.3.1 Lokasi Penelitian 36](#_Toc247485)

[3.3.2 Waktu Penelitian 36](#_Toc247486)

[3.4 Variabel dan Indikator 37](#_Toc247487)

[3.4.1 Variabel Penelitian 37](#_Toc247488)

[3.4.2 Indikator Penelitian 38](#_Toc247489)

[3.5 Instrumen Penelitian 39](#_Toc247490)

[3.6 Teknik Pengumpulan Data 40](#_Toc247491)

[3.7 Uji Kualitas Data 41](#_Toc247492)

[3.7.1 Uji Validitas 41](#_Toc247493)

[3.7.2 Uji Reliabilitas 41](#_Toc247494)

[3.8 Uji Asumsi Klasik 42](#_Toc247495)

[3.8.1 Uji Normalitas 42](#_Toc247496)

[3.8.2 Uji Multikolinearitas 43](#_Toc247497)

[3.8.3 Uji Heteroskedastisitas 43](#_Toc247498)

[3.9 Teknik Analisis Data 44](#_Toc247499)

[3.9.1 Analisis Regresi Linear Sederhana 44](#_Toc247500)

[3.10 Uji Hipotesis 45](#_Toc247501)

[3.10.1 Uji Parsial (Uji T) 45](#_Toc247502)

[3.10.2 Uji Signifikansi Serempak (Uji F) 45](#_Toc247503)

[3.10.3 Koefisien Determinasi (R2) 46](#_Toc247504)

[**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN** **47**](#_Toc247505)

[4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 47](#_Toc247506)

[4.1.1 Sejarah Singkat Situs Belanja Online Lazada 47](#_Toc247507)

[4.1.2 Visi dan Misi Lazada 48](#_Toc247508)

[4.1.3 Struktur Organisasi Lazada 48](#_Toc247509)

[4.2 Hasil dan Penelitian 49](#_Toc247510)

[4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden 49](#_Toc247511)

[4.3 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas 51](#_Toc247512)

[4.3.1 Uji Validitas 51](#_Toc247513)

[4.3.2 Uji Reliabilitas 54](#_Toc247514)

[4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik 55](#_Toc247515)

[4.4.1 Uji Normalitas 55](#_Toc247516)

[4.4.2 Uji Multikolonieritas 57](#_Toc247517)

[4.4.3 Uji Heteroskedastisitas 58](#_Toc247518)

[4.5 Teknik Analisis Data 59](#_Toc247519)

[4.5.1 Teknis Analisi Linier Berganda 59](#_Toc247520)

[4.5.2 Uji t (Uji Parsial) 61](#_Toc247521)

[4.5.3 Uji F (Simultan) 62](#_Toc247522)

[4.5.4 Uji Koefisian Determinasi 63](#_Toc247523)

[4.6 Pembahasan Hasil Penelitian 63](#_Toc247524)

[4.6.1 Pengaruh *Fulfillment Quality* Terhadap Kepuasan Konsumen 63](#_Toc247525)

[4.6.2 Pengaruh *Privacy Quality* Terhadap Kepuasan Konsumen 65](#_Toc247526)

[4.6.3 Pengaruh *Fulfillment Quality* dan *Privacy Quality* Terhadap Kepuasan Konsumen 66](#_Toc247527)

[**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN** **68**](#_Toc247528)

[5.1 Kesimpulan 68](#_Toc247529)

[5.2 Saran 68](#_Toc247530)

[**DAFTAR PUSTAKA** **70**](#_Toc247531)

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Keluhan-Keluhan Konsumen Lazada ............................................... 7

Tabel 1.2 Tabel Hasil Pra Survey *Fulfillment Quality* ....................................... 8

Tabel 1.3 Tabel Hasil Pra Survey *Privacy Quality* ....................................... ……8

Tabel 1.4 Tabel Hasil Pra Survey Kepuasan Konsumen……………………….. 9

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu ......................................................................... 28

Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian .......................................................... 37

Tabel 3.2 Tingkat Reliabilitas .......................................................................... 42

Tabel 4.1 Hasil Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ................... 49

Tabel 4.2 Hasil Deskripsi Responden berdasarkan Usia ................................... 49

Tabel 4.3 Hasil Deskripsi Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan .......... 50

Tabel 4.4 Hasil Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan ......................... 50

Tabel 4.5 Hasil Deskripsi Responden Berdasarkan Belanja di Lazada ............ 51

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel *Fulfillment Quality* (X1) ....................... 52

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel *Privacy Quality* (X2) .......................... 53

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y) ..................... 53

Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas ......................................................................... 54

Tabel 4.10 Hasil One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test ................................. 57

Tabel 4.11 Hasil uji Multikolonieritas ................................................................. 58

Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda ..................................................... 60

Tabel 4.13 Uji t (Uji Parsial) ............................................................................... 61

Tabel 4.14 Uji F (Simultan) ................................................................................. 6,l

Tabel 4.15 Uji R Square ....................................................................................... 63

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Proyeksi Penjualan *E-commerce* di Asia Tenggara pada 2021 ...... 3

Gambar 1.2 Aktivitas Pelanggan *E-commerce* di Indonesia .............................. 3

Gambar 1.3 *E-commerce* Dengan Pengunjung Web Bulanan Tertinggi Pada

Kuartal III 2021 ............................................................................... 4

Gambar 2.1 Pengaruh Fulfillment Quality Terhadap Kepuasan Konsumen ...... 30

Gambar 2.2 Pengaruh Privacy Quality Terhadap Kepuasan Konsumen ............. 31

Gambar 2.3 Kerangka Konseptual .................................................................. ….32

Gambar 3.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian ................................................... ….37

Gambar 4.1 Grafik Histogram .............................................................................. 55

Gambar 4.2 Grafik Normal P-Plot ...................................................................... 56

Gambar 4.3 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas .................................................. 59

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner ......................................................................................... 72

Lampiran 2 Daftar Pertanyaan ............................................................................ 74

Lampiran 3 Tabulasi Data Variabel *Fulfillment Quality* (X1) ........................... 75

Lampiran 4 Tabulasi Data Uji Regresi Linear BergandaVariabel Fulfillment

Quality (X1) .................................................................................... 78

Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik Dan Regresi Linear Berganda. ................. 88