

DAFTAR ISI

COVER	
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
1.1.1 Profil Perusahaan.....	1
1.1.2 Logo Perusahaan	3
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Rumusan Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Kegunaan Penelitian	12
1.6 Sistematika Penulisan	12
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Teori-teori Terkait Penelitian dan Penelitian Terdahulu	14
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	14
2.1.2 <i>E-commerce</i>	14
2.1.3 Kualitas Pelayanan (Service Quality).....	15
2.1.4 Metode Kualitas Layanan Elektronik (<i>E-service quality</i>)	15

2.1.5 <i>E-satisfaction</i> Pelanggan	16
2.1.6 <i>E-loyalty</i> Pelanggan.....	17
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.3 Kerangka Pemikiran	26
2.4 Hipotesis Penelitian	28
BAB III. METODE PENELITIAN	29
3.1 Jenis Penelitian	29
3.2 Operasional Variabel	29
3.2.1 Variabel Independen.....	30
3.2.2 Variabel Dependen	30
3.2.3 Variabel Intervening.....	30
3.3 Skala Pengukuran	35
3.4 Tahapan Pelaksanaan Penelitian.....	35
3.5 Populasi dan Sampel.....	36
3.5.1 Populasi	36
3.5.2 Sampel.....	36
3.6 Sumber Data	37
3.6.1 Data Primer.....	37
3.6.2 Data Sekunder	38
3.7 Uji Validitas dan Realibilitas.....	38
3.7.1 Uji Validitas	38
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	39
3.8 Teknik Analisis Data	40
3.8.1 <i>Method of Successive Interval (MSI)</i>	40
3.8.2 Model Analisis Data Partial Least Square (PLS)	41
3.8.3 Structural Equation Modeling (SEM)	41

3.8.4 Pengujian Hipotesis	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Karakteristik Responden.....	46
4.2 Hasil Penelitian	47
4.2.1 <i>E-service quality</i>	47
4.2.2 <i>E-satisfaction</i>	49
4.2.3 <i>E-loyalty</i>	50
4.2.4 Analisis SEM-PLS	51
4.2.5 Hasil Pengujian Hipotesis	57
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	62
4.3.1 Pengaruh <i>e-service quality</i> terhadap <i>e-satisfaction</i> pelanggan Aplikasi itemku.....	62
4.3.2 Pengaruh <i>e-service quality</i> terhadap <i>e-loyalty</i> pelanggan Aplikasi itemku	63
4.3.3 Pengaruh <i>e-satisfaction</i> terhadap <i>e-loyalty</i> pelanggan Aplikasi itemku	64
4.3.4 Pengaruh <i>e-service quality</i> terhadap <i>e-satisfaction</i> dan <i>e-loyalty</i> pelanggan Aplikasi itemku	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	68
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	70