

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL. ....	ii
HALAMAN PENGESAHAN. ....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS. ....	iv
KATA PENGANTAR. ....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR. ....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	1
1.1.1 Sejarah Perusahaan.....	1
1.1.2 Visi, Misi dan Objektif Perusahaan.....	2
1.2 Latar Belakang.....	3
1.3 Rumusan Masalah. ....	9
1.4 Pertanyaan Penelitian. ....	10
1.5 Tujuan Penelitian.....	10
1.6 Manfaat Penelitian.....	11
1.6.1 Manfaat Teoritis. ....	11
1.6.2 Manfaat Praktis.....	11
1.7 Sistematika Penulisan.....	11
<b>BAB II TINJAUAN TEORI DAN LINGKUP PENELITIAN. ....</b>	<b>13</b>
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian. ....	13
2.1.1 <i>E-Marketing</i> .....	13
2.1.2 <i>E-Commerce</i> .....	13
2.1.3 Website.....	14
2.1.4 Karakteristik Website. ....	14
2.1.5 Website Quality. ....	14
2.1.6 Kepuasan Pelanggan.....	15
2.2 Penelitian Terdahulu.....	17

2.3	Kerangka Penelitian.....	24
2.4	Hipotesis Penelitian.....	25
2.5	Ruang Lingkup Penelitian.....	25
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>		<b>27</b>
3.1	Karakteristik Penelitian.....	27
3.2	Alat Pengumpulan Data.....	28
3.2.1	Variabel Operasional.....	28
3.3	Skala Pengukuran.....	30
3.4	Tahapan Pelaksanaan Penelitian.....	31
3.5	Populasi dan Sampel.....	31
3.5.1	Populasi.....	31
3.5.2	Sampel.....	32
3.6	Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	33
3.7	Validitas dan Reliabilitas.....	33
3.7.1	Uji Validitas.....	33
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	35
3.8	Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	36
3.8.1	Analisis Deskriptif.....	36
3.8.2	Transformasi Data Ordinal Menjadi Interval.....	37
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	38
3.8.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	39
3.8.5	Uji Signifikan Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji-T).....	39
3.8.6	Uji Signifikan Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji-F).....	40
3.8.7	Koefisien Determinasi.....	41
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>42</b>
4.1	Hasil Penelitian.....	42
4.1.1	Karakteristik Penelitian.....	42
4.1.1.1	Karakteristik Berdasarkan Gender.....	42
4.1.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
4.1.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	44
4.1.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	45
4.1.2	Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Website (X).....	45
4.1.2.1	<i>Usability</i> .....	46
4.1.2.2	<i>Information Quality</i> .....	47

4.1.2.3 <i>Interaction Service</i> .....	49
4.1.2.4 Website Quality (X) .....	50
4.1.3 Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pengguna (Y).....	51
4.2 Hasil Penelitian .....	52
4.2.1 Uji Asumsi Klasik .....	52
4.2.1.1 Uji Normalitas Data .....	52
4.2.1.2 Uji Monokolinearitas .....	53
4.2.1.3 Uji Heteroskedastitas .....	54
4.2.2 Analisis Linear Berganda.....	54
4.2.3 Uji Hipotesis.....	56
4.2.3.1 Uji Siginifikan Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji-T).....	56
4.2.3.2 Uji Signifikan Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji-F).....	57
4.2.4 Koefisien Determinasi.....	58
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian .....	59
4.3.1 Kualitas Website KFC Indonesia .....	59
4.3.2 Kepuasan Pengguna Website KFC Indonesia.....	60
4.3.3 Pengaruh <i>Usability</i> Terhadap Kepuasan Pengguna .....	60
4.3.4 Pengaruh <i>Information Quality</i> Terhadap Kepuasan Pengguna .....	60
4.3.5 Pengaruh <i>Interaction Service</i> Terhadap Kepuasan Pengguna .....	61
4.3.6 Pengaruh Dimensi Webqual Secara Simultan Terhadap Kepuasan Pengguna .....	61
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	62
5.2 Saran.....	63
5.2.1 Akademis.....	63
5.2.2 Praktis.....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	64
<b>LAMPIRAN</b> .....	67