

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang	4
1.3 Rumusan Masalah	14
1.4 Pertanyaan Penelitian	16
1.5 Tujuan Penelitian	17
1.6 Manfaat Penelitian	17
1.6.1 Aspek Akademis	17
1.6.2 Aspek Praktis	18
1.7 Ruang Lingkup Penelitian	18
1.7.1 Lokasi dan Objek Penelitian	18
1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	20
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	20
2.1.1 Pemasaran	20
2.1.2 <i>E-marketing</i>	20
2.1.3 <i>E-commerce</i>	21
2.1.4 <i>Website</i>	22
2.1.5 <i>E-marketing Front-end Application</i>	23
2.1.6 Perilaku Konsumen	25

2.1.7 <i>Customer Relationship Management</i>	25
2.1.8 <i>Trust</i>	29
2.1.9 <i>Customer Retention</i>	29
2.1.10 Hubungan <i>E-marketing Front-end Application</i> dengan <i>Trust</i>	30
2.1.11 Hubungan <i>E-marketing Front-end Application</i> dengan Retensi Pelanggan	30
2.1.12 Hubungan <i>Trust</i> dengan Retensi Pelanggan	31
2.2 Penelitian Terdahulu	32
2.3 Hipotesis Penelitian	41
2.4 Kerangka Penelitian	42
BAB III METODE PENELITIAN	46
3.1 Karakteristik Penelitian	46
3.2 Alat Pengumpulan Data	47
3.2.1 Jenis Variabel	47
3.3 Tahapan Penelitian	56
3.4 Populasi dan Sampel	56
3.4.1 Populasi	56
3.4.2 Sampel	56
3.4.3 Teknik <i>Sampling</i>	57
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data	57
3.6 Validitas dan Reliabilitas	58
3.6.1 Validitas	58
3.6.2 Reliabilitas	59
3.6.3 Kecocokan Model (<i>Goodness of Fit</i>)	60
3.7 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	62
3.7.1 Pemodelan Persamaan Struktural	66
3.7.2 Asumsi-asumsi yang Diperlukan dalam LISREL	68
3.7.3 Pengujian Hipotesis	69
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	71
4.1 Karakteristik Responden	71
4.2 Hasil Penelitian	74

4.2.1 Uji Asumsi Klasik yang Diperlukan dalam LISREL	74
4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	77
4.2.3 Uji Kecocokan Keseluruhan Model (<i>Goodness of Fit</i>)	81
4.2.4 Uji Hipotesis	83
4.2.5 Pengaruh Total dan Pengaruh Tidak Langsung	86
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	88
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	93
5.1 Kesimpulan	93
5.2 Saran	94
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan (Praktisi)	94
5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya (Akademisi)	96
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	