

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
1 BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Objek Penelitian.....	1
1.2 Latar Belakang	2
1.3 Rumusan Masalah	12
1.4 Pertanyaan Penelitian	14
1.5 Tujuan Penelitian.....	14
1.6 Manfaat Penelitian.....	15
1.6.1 Aspek Teoritis	15
1.6.2 Aspek Praktis	15
1.7 Ruang Lingkup Penelitian	15
1.7.1 Lokasi dan Objek Penelitian	16
1.8 Sistematika Penulisan Proposal Tugas Akhir.....	16
2 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18

2.1	Teori – Teori Terkait Penelitian	18
2.1.1	Pemasaran	18
2.1.2	E-Commerce	19
2.1.3	Website Quality.....	20
2.1.4	Perceived Flow	20
2.1.5	Customer Satisfaction	21
2.1.6	Consumer Behavioral.....	23
2.1.7	Purchase Intention.....	24
2.1.8	Pengaruh <i>Website Quality</i> terhadap <i>Perceived Flow</i>	25
2.1.9	Pengaruh <i>Perceived Flow</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	25
2.1.10	Pengaruh <i>Perceived Flow</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	26
2.1.11	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	26
2.2	Penelitian Terdahulu	27
2.2.1	Literatur Studi 1	28
2.2.2	Literatur Studi 2	29
2.2.3	Literatur Studi 3	30
2.2.4	Literatur Studi 4	31
2.2.5	Literatur Studi 5	33
2.2.6	Literatur Studi 6	34
2.2.7	Literatur Studi 7	36
2.3	Kerangka Pemikiran	37
2.4	Hipotesis Penelitian.....	38
3	BAB III METODOLOGI PENELITIAN	39

3.1	Karakteristik Penelitian	39
3.2	Alat Pengumpulan Data.....	40
3.2.1	Variabel Operasional	41
3.2.2	Operasionalisasi Variabel	42
3.2.3	Skala Pengukuran	45
3.3	Tahapan Penelitian	47
3.4	Populasi dan Sampel	49
3.4.1	Populasi.....	49
3.4.2	Sampel	49
3.4.3	Ukuran Sampel	50
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	51
3.5.1	Sumber Primer	51
3.5.2	Sumber Sekunder.....	52
3.6	Validitas dan Reliabilitas.....	52
3.6.1	Uji Validitas.....	52
3.6.2	Uji Reliabilitas	54
3.7	Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	55
3.7.1	Analisis Deskriptif	55
3.7.2	Structural Equation Modelling.....	57
3.7.3	Evaluasi Model Pengukuran	59
3.7.4	Evaluasi Model Struktural.....	61
3.7.5	Pengujian Hipotesis.....	62
4	BAB IV	64

4.1	Karakteristik Responden	64
4.1.1	<i>Screening Question</i> konsumen Elevenia Indonesia	65
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	67
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	68
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan	69
4.1.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	70
4.1.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Produk Melalui Website Elevenia dalam Waktu 1 Tahun	71
4.2	Hasil Penelitian.....	72
4.2.1	Analisis Deskriptif	72
4.3	Analisis Statistik.....	82
4.3.1	Hasil Uji Model Pengukuran (<i>outer model</i>).....	82
4.3.2	Hasil Uji Model Struktural (<i>inner model</i>).....	88
4.3.3	Pengujian hipotesis	90
4.4	Pembahasan dan Hasil Penelitian.....	92
4.4.1	Pembahasan Tanggapan Responden	92
4.4.2	Pengaruh Website Quality terhadap Perceived Flow	94
4.4.3	Pengaruh Perceived Flow terhadap Customer Satisfaction	94
4.4.4	Pengaruh Perceived Flow terhadap Purchase Intention	95
4.4.5	Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Purchase Intention.....	95
5	BAB V	96
5.1	Kesimpulan.....	96

5.2	Saran	97
5.2.1	Saran untuk perusahaan.....	97
5.2.2	Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	98
	Daftar Pustaka	99
	LAMPIRAN 1 KUESIONER	104
	LAMPIRAN 2	110
	LAMPIRAN 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	113
	LAMPIRAN 4 Hasil Pengujian Model Pengukuran.....	119
	LAMPIRAN 5 Hasil Pengujian Model Struktural dan Hipotesis	121