

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
UCAPAN TERIMA KASIH	iii
UCAPAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I Pendahuluan	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil Tiket.com.....	1
1.1.2 Visi dan Misi Tiket.com	2
1.1.3 Layanan Jasa Tiket.com	2
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	4
1.3 Perumusan Masalah.....	14
1.4 Tujuan Penelitian.....	16
1.5 Manfaat Penelitian.....	16
1.5.1 Aspek Teoritis	16
1.5.2 Aspek Praktis.....	17
1.6 Ruang Lingkup Penelitian	17
1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	17

BAB II Tinjauan Pustaka.....	19
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	19
2.1.1 Pemasaran.....	18
2.1.2 Perilaku Konsumen	18
2.1.3 <i>E-Commerce</i>	22
2.1.4 <i>Retailing Mix</i>	23
2.1.5 <i>E-Retailing Mix</i>	27
2.1.6 <i>E-Satisfaction</i>	29
2.1.7 <i>E-Trust</i>	30
2.1.8 Minat Pembelian Kembali (Repurchase Intention).....	31
2.2 Penelitian Sebelumnya	33
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	42
2.4 Kerangka Pemikiran	48
2.5 Hipotesis Penelitian Kuantitatif.....	51
BAB III Metode Penelitian.....	52
3.1 Jenis Penelitian	52
3.2 Operasionalisasi Variabel	53
3.2.1 Variabel Penelitian	53
3.2.2 Variabel Operasional	54
3.2.3 Skala Pengukuran	68
3.3 Tahapan Penelitian	68
3.4 Populasi dan Sampel.....	69
3.5 Pengumpulan Data.....	71

3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	71
3.6.1	Uji Validitas.....	71
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	74
3.7	Teknik Analisis Data.....	75
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	75
3.7.2	Pengujian Statistik.....	77
3.7.3	Pengujian Hipotesis (Uji Statistik t).....	80
	BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	81
4.1	Karakteristik Responden	81
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	82
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	82
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	82
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Setiap Bulan	83
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Setiap Bulan	84
4.1.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Perangkat Yang Digunakan Dalam Mengakses Layanan Tiket.com.....	85
4.1.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah Tempat Tinggal	87
4.2	Hasil Penelitian.....	88
4.2.1	Analisis Deskriptif Variabel	88
4.2.2	Analisis Structural Equation Modelling - Partial Least Square	103
4.2.3	Pengujian Hipotesis	116
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	121
4.3.1	Pengaruh E-Retailing Mix terhadap E-Satisfaction Pelanggan Tiket.com .	121

4.3.2	Pengaruh E-Satisfaction & E-Trust terhadap Repurchase Intention pelanggan Tiket.com	126
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		129
5.1	Kesimpulan.....	129
5.1.1	E-ailing Mix dan Repurchase Intention pada Pelanggan Tiket.com	129
5.1.2	Pengaruh E-retailing Mix terhadap E-Satisfaction pelanggan Tiket.com ...	129
5.1.3	Pengaruh <i>E-Satisfaction</i> dan <i>E-Trust</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> oleh Pelanggan Tiket.com	131
5.2	Saran	132
5.2.1	Saran Praktis	132
5.2.2	Saran Akademis.....	133
DAFTAR PUSTAKA.....		134
BIODATA PENULIS.....		139
LAMPIRAN.....		140

