

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1. Visi dan Misi PT.Global Tiket Network atau Tiket.com	2
1.1.2. Layanan yang diberikan Tiket.com	3
1.2. Latar Belakang Penelitian	4
1.3. Perumusan Masalah.....	14
1.4. Tujuan Penelitian	15
1.5. Manfaat Penelitian	15
1.5.1. Manfaat Teoritis	15
1.5.2. Manfaat Praktis	16
1.6. Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1. Tinjauan Pustaka Penelitian	18
2.1.1. Perilaku Konsumen	18
2.1.2. Keputusan Pembelian.....	19
2.1.3 <i>Webqual</i>	20
2.1.4 <i>Usability</i>	20
2.1.5. <i>Information Quality</i>	21
2.1.6 <i>Service Interaction</i>	21
2.1.7. <i>Customer Satisfaction</i>	21
2.1.8. <i>Repeat Purchase</i>	22

2.2 Penelitian – Penelitian Terdahulu.....	23
2.3. Kerangka Pemikiran dan Hipotesa Penelitian	31
2.3.1. Kerangka Pemikiran	31
2.3.2. Hipotesis Penelitian	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1. Jenis Penelitian	33
3.2. Operasionalisasi Variabel.....	35
3.3 Tahapan Penelitian.....	39
3.4. Populasi dan Sampel	39
3.4.1. Populasi Penelitian.....	39
3.4.2 Sampel Penelitian.....	40
3.5. Pengumpulan Data	42
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	42
3.6.1 Uji Validitas.....	42
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	43
3.7. Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	43
3.7.1 Teknik Analisis Data	43
3.6.2 Pengujian Hipotesis	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Karakteristik Responden.....	49
4.1.1 Perbandingan Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
4.1.2 Perbandingan Responden Berdasarkan Domisili.....	50
4.1.3 Perbandingan Berdasarkan Usia	51
4.1.4 Perbandingan berdasarkan Pekerjaan.....	51
4.2 Hasil Pengujian Data.....	52
4.2.1 Hasil Analisa Descriptive	52
4.2.2 Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	60
4.2.3 Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	63
4.2.4 Uji Hipotesis	65
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	66
4.3.1 Pengaruh <i>Usability</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	67

4.3.2 Pengaruh <i>Information Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	68
4.3.3 Pengaruh <i>Service Interaction</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	69
4.3.4 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Repeat Purchase</i>	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	71
5.1 Kesimpulan	71
5.2 Saran	73
5.2.1 Aspek Praktisi	73
5.2.2 Aspek Teoritis	74
Daftar Pustaka	75
BIOGRAFI PENULIS	80
LAMPIRAN	81