

DAFTAR ISI

| | |
|--|--------------|
| HALAMAN PERSETUJUAN | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN..... | iv |
| HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN | v |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| ABSTRAK | ix |
| ABSTRACT | x |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR GAMBAR..... | xvi |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xviii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian..... | 1 |
| 1.1.1 Profil Compass..... | 1 |
| 1.1.2 Produk Compass | 2 |
| 1.2 Latar Belakang Penelitian | 5 |
| 1.3 Identifikasi Masalah | 23 |
| 1.4 Tujuan Penelitian..... | 23 |
| 1.5 Kegunaan Penelitian..... | 24 |
| 1.5.1 Aspek Praktis | 24 |
| 1.5.2 Aspek Teoritis | 24 |
| 1.6 Waktu dan Periode Penelitian | 24 |
| 1.7 Sistematika Penulisan..... | 24 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 26 |
| 2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian | 26 |
| 2.1.1 Pemasaran | 26 |
| 2.1.2 Manajemen Pemasaran | 27 |
| 2.1.3 Kualitas Pelayanan (<i>Service Quality</i>)..... | 27 |
| 2.1.4 E-Service Quality | 28 |
| 2.1.5 Product | 30 |
| 2.1.6 Diferensiasi | 31 |
| 2.1.7 Product Differentiation | 31 |
| 2.1.8 Purchase Intention..... | 34 |
| 2.1.9 Repurchase Intention..... | 35 |
| 2.1.10 Hubungan antara E-Service Quality dengan Repurchase Intention | 36 |

| | |
|---|-----------|
| 2.1.11 Hubungan antara Product Differentiation dengan Repurchase Intention..... | 37 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu | 38 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran..... | 57 |
| 2.4 Hipotesis Penelitian | 60 |
| 2.5 Ruang Lingkup Penelitian..... | 60 |
| 2.5.1 Variabel Penelitian..... | 60 |
| 2.5.2 Lokasi dan Objek Penelitian | 60 |
| 2.5.3 Waktu dan Periode Penelitian | 60 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 61 |
| 3.1 Jenis Penelitian..... | 61 |
| 3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran..... | 61 |
| 3.2.1 Operasional Variabel..... | 61 |
| 3.2.2 Skala Pengukuran..... | 66 |
| 3.3 Tahapan Penelitian..... | 66 |
| 3.4 Populasi dan Sampel | 68 |
| 3.4.1 Populasi..... | 68 |
| 3.4.2 Sampel..... | 68 |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data..... | 70 |
| 3.5.1 Data Primer | 70 |
| 3.5.2 Data Sekunder..... | 70 |
| 3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas | 70 |
| 3.6.1 Uji Validitas | 70 |
| 3.6.2 Uji Reliabilitas | 73 |
| 3.7 Teknik Analisis Data..... | 75 |
| 3.7.1 Analisis Deskriptif | 75 |
| 3.7.2 Methode of Succesive Interval (MSI)..... | 77 |
| 3.7.3 Uji Asumsi Klasik..... | 78 |
| 3.7.4 Analisis Regresi Linear Berganda..... | 80 |
| 3.7.5 Uji Hipotesis | 80 |
| 3.7.6 Koefisien Determinasi..... | 80 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 82 |
| 4.1 Karakteristik Responden | 82 |
| 4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 82 |
| 4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 83 |
| 4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan | 83 |
| 4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan..... | 84 |
| 4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Sepatu Per Tahun .. | 85 |

| | |
|--|------------|
| 4.2 Hasil Penelitian | 85 |
| 4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif | 85 |
| 4.2.2 Metode Successive Interval (MSI) | 110 |
| 4.2.3 Uji Asumsi Klasik | 111 |
| 4.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda | 116 |
| 4.2.5 Uji Hipotesis | 118 |
| 4.2.6 Koefisien Determinasi | 121 |
| 4.3 Pembahasan Hasil Penelitian | 122 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 125 |
| 5.1 Kesimpulan | 125 |
| 5.2 Saran | 126 |
| 5.2.1 Saran Bagi Perusahaan | 126 |
| 5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya | 126 |
| DAFTAR PUSTAKA | 128 |
| LAMPIRAN | 131 |