

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.1.1 Sejarah Tiket.com .....	1
1.1.2 Logo Perusahaan.....	2
1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	2
1.2 Latar Belakang Penelitian .....	2
1.3 Identifikasi Masalah Penelitian.....	18
1.4 Tujuan Penelitian .....	19
1.5 Kegunaan Penelitian .....	20
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	20
1.5.2 Kegunaan Praktis .....	20
1.6 Sistematika Penulisan .....	20
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN .....</b>	<b>22</b>
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian.....	22
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	22

2.1.2	Pengertian Manajemen Pemasaran .....	22
2.1.3	<i>Customer Engagement</i> .....	23
2.1.4	<i>E-Service Quality</i> .....	24
2.1.5	Kepuasan Pelanggan .....	25
2.1.6	Niat Beli Ulang .....	28
2.2	Penelitian Terdahulu .....	30
2.2.1	Ulasan Penelitian Skripsi .....	30
2.2.2	Ulasan Penelitian Jurnal Nasional .....	33
2.2.3	Ulasan Penelitian Jurnal Intenasional .....	36
2.3	Kerangka Pemikiran.....	39
2.4	Hipotesis Penelitian .....	43
2.5	Ruang Lingkup Penelitian.....	43
2.5.1	Variabel dan Sub Variabel .....	43
2.5.2	Lokasi dan Objek Penelitian .....	43
2.5.3	Waktu dan Periode Penelitian.....	43
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>44</b>
3.1	Jenis Penelitian.....	44
3.2	Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran.....	44
3.2.1	Operasionalisasi Variabel .....	44
3.2.2	Skala Pengukuran.....	51
3.3	Tahap Penelitian.....	52
3.3	Populasi dan Sampel .....	53
3.3.1	Populasi.....	53
3.3.2	Sampel.....	53
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.4.1	Data Primer .....	55
3.4.2	Data Sekunder .....	55
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	55
3.5.1	Uji Validitas .....	55

3.5.2	Uji Reliabilitas .....	59
3.6	Uji Asumsi Klasik.....	60
3.6.1	Uji Normalitas.....	60
3.6.2	Uji Multikolinearitas.....	61
3.6.3	Uji Heteroskedastisitas.....	62
3.7	Methods Successive Internal (MSI).....	62
3.8	Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ).....	63
3.9	Pengujian Hipotesis .....	66
<b>BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>69</b>
4.1	Pengumpulan Data .....	69
4.2	Karakteristik Responden.....	69
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	70
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	71
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan .....	72
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	73
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Terbesar Untuk Membeli Tiket di Ticket.com.....	74
4.3	Hasil Penelitian .....	74
4.3.1	Analisis Deskriptif .....	75
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	94
4.4.1	Uji Normalitas.....	94
4.4.2	Uji Multikolinearitas .....	97
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas.....	98
4.5	Method Successive Interval (MSI) .....	100
4.6	Analisis Jalur.....	100
4.7	Pembahasan Hasil Penelitian .....	123
4.7.1	<i>Customer Engagement</i> .....	123
4.7.2	E-Service Quality .....	123
4.7.3	Kepuasan Pelanggan .....	124

4.7.4	Niat Beli Ulang .....	124
4.7.5	Pengaruh <i>Customer Engagement</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	125
4.7.6	Pengaruh <i>Customer Engagement</i> Terhadap Niat Beli Ulang .....	125
4.7.7	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	126
4.7.8	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap Niat Beli Ulang .....	126
4.7.9	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Beli Ulang.....	126
4.7.10	Pengaruh Tidak Langsung <i>Customer Engagement</i> , <i>E-Service Quality</i> dan Kepuasan Pelanggan terhadap Niat Beli.....	127

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN ..... 129**

5.1	Kesimpulan .....	129
5.2	Saran .....	131
5.2.1	Bagi Perusahaan.....	131
5.2.2	Bagi Peneliti Selanjutnya.....	133

**DAFTAR PUSTAKA ..... 134**

**LAMPIRAN**