

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2 Latar Belakang.....	2
1.3 Rumusan Masalah.....	10
1.4 Pertanyaan Penelitian.....	11
1.5 Tujuan Penelitian	11
1.6 Kegunaan Penelitian	11
1.6.1 Aspek Teoritis	11
1.6.2 Aspek Praktis.....	12
1.7 Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Teori-Teori Terkait Penelitian dan Penelitian Terdahulu	13
2.1.1 Manajemen Pemasaran	13
2.1.2 <i>Digital Marketing</i>	13
2.1.3 <i>Website</i>	13
2.1.4 Kualitas	14
2.1.5 <i>Webqual</i>	14
2.1.6 Kepuasan Pengguna.....	17
2.1.7 Penelitian Terdahulu	18
2.2 Kerangka Pemikiran	29
2.3 Hipotesis Penelitian	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31

3.1	Jenis Penelitian	31
3.2	Alat Pengumpulan Data	32
3.2.1	Skala.....	32
3.2.2	Operasional Variabel	33
3.3	Tahapan Penelitian.....	39
3.4	Populasi dan Sampel	39
3.4.1	Populasi.....	39
3.4.2	Sampel.....	40
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data	41
3.5.1	Pengumpulan Data.....	41
3.5.2	Sumber Data.....	41
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	42
3.6.1	Uji Validitas	42
3.6.2	Reliabilitas.....	43
3.7	Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	44
3.7.1	Analisis Data	44
3.7.2	Transformasi Data Ordinal Menjadi Interval	46
3.7.3	Uji Asumsi Klasik	46
3.7.4	Analisis Regresi Linear Berganda	47
3.7.5	Pengujian Hipotesis	48
3.7.6	Koefisien Determinasi	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		50
4.1	Karakteristik Responden	50
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	51
4.2	Hasil Penelitian.....	52
4.2.1	Analisis Deskriptif	52
4.2.2	Uji Asumsi Klasik	59
4.2.3	Regresi Linear Berganda.....	61
4.2.4	Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F).....	62
4.2.5	Pengujian Hipotesis Parsial (Uji t)	63

4.2.6	Analisis Koefisien Determinasi.....	65
4.3	Pembahasan.....	66
4.3.1	Hipotesis Kesatu.....	66
4.3.2	Hipotesis Kedua.....	67
4.3.3	Hipotesis Ketiga	67
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	69
5.1	Kesimpulan.....	69
5.2	Saran	69
5.2.1	Saran Untuk Perusahaan	69
5.2.2	Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	70
DAFTAR PUSTAKA.....		71
LAMPIRAN		76