

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| HALAMAN SAMPUL | i |
| HALAMAN JUDUL | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN | iv |
| HALAMAN MOTTO | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| ABSTRAK | vii |
| ABSTRACT | viii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian | 1 |
| 1.2 Latar Belakang Penelitian | 5 |
| 1.3 Perumusan Masalah | 18 |
| 1.4 Pertanyaan Penelitian | 18 |
| 1.5 Tujuan Penelitian..... | 20 |
| 1.6 Manfaat Penelitian..... | 21 |
| 1.7 Ruang Lingkup Penelitian | 22 |
| 1.8 Sistematika Penulisan | 22 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 24 |
| 2.1 Konsep Pemasaran | 24 |
| 2.2 <i>Electronic Commerce (E-commerce)</i> | 34 |
| 2.3 Teori Pengalaman Pelanggan..... | 41 |

| | | |
|--|---|------------|
| 2.4 | Hubungan Antara Pengalaman Web Dan Niat Membeli..... | 55 |
| 2.5 | Penelitian Terdahulu | 62 |
| 2.6 | Kerangka Pemikiran | 78 |
| 2.7 | Hipotesis Penelitian | 81 |
| BAB III METODE PENELITIAN | | 84 |
| 3.1 | Jenis Penelitian | 84 |
| 3.2 | Variabel Operasional | 84 |
| 3.3 | Tahapan Penelitian..... | 88 |
| 3.4. | Populasi dan Sampel..... | 89 |
| 3.5 | Pengumpulan Data..... | 91 |
| 3.6 | Uji Validitas dan Reliabilitas..... | 94 |
| 3.7 | Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis..... | 95 |
| BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN..... | | 104 |
| 4.1 | Karakteristik Responden..... | 104 |
| 4.2 | Analisis Deskriptif | 114 |
| 4.3 | Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM) PLS | 124 |
| 4.4 | Analisis Pembahasan | 159 |
| BAB V KESIMPULAN & SARAN..... | | 161 |
| 5.1 | Kesimpulan | 161 |
| 5.2 | Saran | 164 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 167 |
| LAMPIRAN | | 173 |