

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	2
1.3 Rumusan Masalah.....	20
1.4 Tujuan Penelitian.....	20
1.5 Kegunaan Penelitian.....	20
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	20
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	21
1.6 Sistematika Penulisan.....	21
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA.....	23
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian.....	23
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	23
2.1.2 Jasa.....	24
2.1.3 <i>M-Commerce</i>	26
2.1.4 Kualitas Pelayanan (<i>Service Quality</i>)	27
2.1.5 <i>E-Service Quality</i>	27
2.1.6 <i>E-Service Quality Gap</i>	31
2.1.7 Kepuasan Pelanggan (<i>Customer Satisfaction</i>)	32
2.2 Penelitian Terdahulu.....	36

2.2.1	Skripsi Terdahulu.....	36
2.2.2	Jurnal Nasional.....	46
2.2.3	Jurnal Internasional.....	55
2.3	Kerangka Pemikiran.....	64
2.4	Ruang Lingkup Penelitian.....	66
BAB III		
METODE PENELITIAN.....		67
3.1	Jenis Penelitian.....	67
3.2	Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	68
3.2.1	Operasional Variabel.....	68
3.2.2	Skala Pengukuran.....	73
3.3	Tahapan Penelitian.....	75
3.4	Populasi dan Sampel Penelitian.....	78
3.4.1	Populasi Penelitian.....	78
3.4.2	Sampel Penelitian.....	79
3.4.3	Teknik Sampling.....	81
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	82
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	83
3.6.1	Uji Validitas.....	83
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	86
3.7	Teknik Analisis Data.....	87
3.7.1	Analisis Data Deskriptif.....	87
3.7.2	Analisis Kesenjangan (<i>Gap Analysis</i>).....	90
3.7.2.1	<i>Indicator Gap Analysis</i> (Analisis Kesenjangan Indikator).....	92
3.7.2.2	<i>Dimension Gap Analysis</i> (Analisis Kesenjangan Dimensi)...	92
3.7.2.3	Kesenjangan Kualitas Jasa (<i>E-Service Quality Gap</i>).....	93
3.7.3	Importance-Performance Analysis dengan Diagram Kartesius.....	94
BAB IV		
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		98
4.1	Karakteristik Responden.....	98
4.1.1	Jenis Kelamin.....	98

4.1.2	Usia.....	99
4.1.3	Pekerjaan.....	100
4.1.4	Pendapatan per Bulan.....	102
4.1.5	Pendidikan Terakhir.....	103
4.1.6	Domisili.....	104
4.2	Analisis Deskriptif.....	105
4.2.1	Analisis Deskriptif Berdasarkan <i>Importance</i>	106
4.2.2	Analisis Deskriptif Berdasarkan <i>Performance</i>	115
4.3	Analisis Deskriptif Rekapitulasi <i>Importance & Performance</i>	123
4.4	Analisis Kesenjangan (<i>Gap Analysis</i>).....	128
4.4.1	<i>Indicator Gap Analysis</i> (Analisis Kesenjangan Indikator).....	128
4.4.2	<i>Dimension Gap Analysis</i> (Analisis Kesenjangan Dimensi).....	133
4.4.2.1	Dimensi <i>Efficiency</i>	133
4.4.2.2	Dimensi <i>Fulfillment</i>	134
4.4.2.3	Dimensi <i>System Availability</i>	135
4.4.2.4	Dimensi <i>Privacy</i>	136
4.4.2.5	Dimensi <i>Responsiveness</i>	137
4.4.2.6	Dimensi <i>Compensation</i>	138
4.4.2.7	Dimensi <i>Contact</i>	138
4.4.2.8	Rekapitulasi Nilai <i>E-Service Quality</i> pada 7 Dimensi.....	139
4.5	Importance-Performance Analysis (IPA).....	140
BAB V		
KESIMPULAN DAN SARAN.....		147
5.1	Kesimpulan.....	147
5.2	Saran.....	148
5.2.1	Saran bagi Perusahaan.....	148
5.2.1	Saran bagi Penelitian Selanjutnya.....	149
DAFTAR PUSTAKA.....		151
LAMPIRAN.....		161