

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2. Latar Belakang.....	3
1.3. Peumusan Masalah.....	17
1.4. Tujuan Penelitian.....	18
1.5. Manfaat Penelitian.....	18
1.5.1 Aspek Teoritis.....	18
1.5.2 Aspek Praktis.....	19
1.6. Ruang Lingkup Penelitian.....	19
1.6.1 Lokasi dan Obyek Penelitian.....	19
1.6.2 Waktu dan Periode Penelitian.....	19
1.7. Sistematika Penulisan.....	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	21
2.1. Konsep Pemasaran.....	21
2.2. Teori Perilaku Konsumen	21
2.2.1 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	22

2.3. Pengertian Kualitas Produk.....	23
2.3.1 Pengukuran Kualitas Produk.....	23
2.4. <i>E-Service Quality</i>	26
2.5. Dimensi Kepuasan Konsumen.....	27
2.6. Hubungan Kualitas Produk terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	30
2.7. Hubungan <i>E-service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	30
2.8. Hubungan Kualitas Produk terhadap <i>Repurchase Intention</i>	30
2.9. Hubungan <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	31
2.10. Penelitian Terdahulu.....	31
2.11. Kerangka Pemikiran	39
2.12. Hipotesis Penelitian	41
2.13. Ruang Lingkup Penelitian.....	43
BAB III METODE PENELITIAN.....	44
3.1. Jenis Penelitian.....	44
3.2. Variabel Operasional dan Skala Pengukuran.....	45
3.2.1 Variabel Operasional.....	46
3.2.2 Skala Pengukuran.....	49
3.3. Tahapan Penelitian.....	50
3.4. Populasi dan Sampel.....	51
3.4.1 Populasi.....	51
3.4.2 Sampel.....	51
3.5. Pengumpulan Data.....	52
3.5.1 Jenis Data	52
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.6. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	54
3.6.1 Uji Validitas.....	54
3.6.2 Uji Reliabilitas	55
3.7 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	56
3.7.1 Pengujian Partial Least Square.....	56
3.6.2 Evaluasi Model.....	57
3.6.3 Pengujian Hipotes.....	61
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	62

4.1. Karakteristik Responden.....	62
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	63
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir..	64
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	65
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	66
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	66
4.1.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Informasi yang didapat	67
4.1.8 Karakteristik Responden Berdasarkan berapa kali memesan kopi kenangan melalui aplikasi.....	68
4.2. Analisis Deskriptif.....	68
4.2.1 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk.....	69
4.2.2 Tanggapan Responden Mengenai <i>e-service quality</i>	72
4.2.3 Tanggapan Responden Mengenai <i>Customer Satisfaction</i>	75
4.2.4 Tanggapan Responden Mengenai <i>Repurchase Intention</i>	76
4.3 Analisis Stuctural Equation Modelling (SEM) PLS.....	78
4.3.1 Analisis Model Pengukuran (Outer Model).....	78
4.3.1.1 Validitas Konvergen.....	78
4.3.1.2 Validitas Diskriminan.....	83
4.3.1.3 Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT).....	87
4.3.2 Analisis Model Pengukuran (Inner Model).....	88
4.3.2.1 R-Square (R^2).....	89
4.3.2.2 Q-Square (Q^2).....	91
4.3.2.3 Model Fit.....	92
4.3.2.4 Effect Size (f^2).....	92
4.3.3 Pengujian Hipotesis Path Coeficient.....	93
4.5. Pembahasan Hasil Penelitian	95
4.5.1 Pembahasan Hasil Analisis Deskriptif.....	95
4.5.2 Pembahasan Hasil Hipotesis	96
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	108
5.1. Kesimpulan.....	108
5.2. Saran.....	112

DAFTAR PUSTAKA.....	115
LAMPIRAN	