

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN.....	i
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTARLAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Logo Perusahaan	2
1.1.3 Visi Misi	2
1.1.4 Layanan Perusahaan.....	3
1.2 Latar Belakang Penelitian	5
1.3 Identifikasi Masalah.....	20
1.4 Tujuan Penelitian	20
1.5 Kegunaan Penelitian	21
1.5.1 Aspek Teoritis.....	21
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	21
1.7 Sistematika Penelitian	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	23
2.1 Landasan Teori	23
2.1.1 Pemasaran	23
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	24
2.1.3 Pelayanan.....	24
2.1.4 <i>Service Quality</i> (E-Sevice Quality).....	25
2.1.5 E-Sevice Quality Elektronik (<i>E-Service Quality</i>)	26
2.1.6 Dimensi E-Sevice Quality Elektronik (<i>E-Service Quality</i>).....	26
2.1.7 Promosi	27
2.1.8 Dimensi Promosi.....	27
2.1.9 Promosi Online (<i>E-Promotion</i>).....	29
2.1.10 Dimensi Promosi Online (<i>E-Promotion</i>)	29
2.1.11 Kepuasan Pelanggan	30

2.1.12	Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	31
2.1.13	Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	32
2.1.14	Hubungan E-Service Quality Dengan Kepuasan Pelanggan 34	
2.1.15	Hubungan Promosi Dengan Kepuasan Konsumen	34
2.2	Penelitian Terdahulu.....	36
2.2.1	Skripsi Terdahulu.....	36
2.2.2	Jurnal Nasional.....	41
2.2.3	Jurnal Internasional	45
2.3	Kerangka Pemikiran	49
2.4	Hipotesis Penelitian	51
2.5	Ruang Lingkup Penelitian	52
BAB III METODE PENELITIAN		53
3.1	Jenis Penelitian.....	53
3.2	Operasionalisasi Variabel	53
3.2.1	Operasionalisasi Variabel	53
3.2.2	Skala Pengukuran	61
3.3	Tahapan Penelitian	62
3.4	Populasi dan Sampel	63
3.4.1	Populasi.....	63
3.4.2	Sampel.....	64
3.5	Teknik Pengumpulan Data	65
3.5.1	Jenis Data.....	65
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data	66
3.6	Uji Validitas dan Realibilitas	66
3.6.1	Uji Validitas.....	66
3.6.2	Uji Realibilitas	68
3.7	Teknik Analisis Data	69
3.7.1	Analisis Deskriptif	69
3.7.2	Uji Asumsi Klasik.....	70
3.7.3	Uji Hipotesis.....	72
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		75
4.1	Hasil Penelitian.....	75
4.1.1	Pengumpulan Data	75
4.1.2	Karakteristik Responden	75
4.1.3	Analisis Deskriptif	82
4.1.4	Hasil Penelitian.....	85

4.2	Pembahasan.....	93
4.2.1	Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee Food.....	93
4.2.2	Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee Food	95
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		97
5.1	Kesimpulan	97
5.2	Saran	97
DAFTAR PUSTAKA		98
LAMPIRAN		103
1.	106
1.	107
1.	108
1.	109