

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	14
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	14
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	15
1.3 Rumusan Masalah.....	22
1.4 Pertanyaan Penelitian	23
1.5 Tujuan Penelitian	24
1.6 Manfaat Penelitian	25
1.6.1 Aspek Teoritis.....	25
1.6.2 Aspek Praktis.....	25
1.7 Sistematika Tugas Akhir	26
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	27
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu.....	27
2.1.1 Manajemen Operasi	27
2.1.2 E-commerce.....	28
2.1.3 Manajemen Kualitas.....	30

2.1.4 Kualitas layanan.....	31
2.1.5 Kepuasan Pelanggan	331
2.1.6 Keluhan Pelanggan	37
2.1.7 Loyalitas Pelanggan	37
2.1.8 Importance Performance Matrix Analysis.....	38
2.2 Penelitian Terdahulu	39
2.3 Kerangka Pemikiran.....	48
2.4 Hipotesis Penelitian.....	51
BAB III METODE PENELITIAN	55
3.1 Jenis Penelitian	55
3.2 Jenis Variabel dan Skala Pengukuran	56
3.2.1 Variabel Penelitian.....	56
3.2.2 Skala Pengukuran.....	57
3.3 Operasionalisasi Variabel.....	58
3.4 Tahapan Penelitian.....	65
3.5 Populasi dan Sampel.....	67
3.5.1 Populasi	67
3.5.2 Sampel.....	67
3.6 Sumber Data dan Pengumpulan Data	70
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	70
3.7.1 Uji Validitas.....	70
3.7.2 Uji Reliabilitas	73
3.8 Teknik Analisis Data.....	74
3.8.1 Analisis Data Partial Least Square (PLS).....	74
3.8.2 Uji Hipotesis	76

3.8.3 Importance and Performance Matrix Analysis (IPMA).....	77
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	79
4.1 Karakteristik Responden	79
4.2 Hasil Penelitian.....	84
4.2.1 Analisis Deskriptif	85
4.2.2 Tanggapan responden mengenai reliability	85
4.2.3 Tanggapan responden mengenai responsiveness	85
4.2.4 Tanggapan responden mengenai personalization	86
4.2.5 Tanggapan responden mengenai trust.....	87
4.2.6 Tanggapan responden mengenai website design.....	88
4.2.7 Tanggapan responden mengenai service quality	89
4.2.8 Tanggapan responden mengenai customer satisfaction	90
4.2.9 Tanggapan responden mengenai customer complaints.....	91
4.2.10 Tanggapan responden mengenai customer loyalty	92
4.3 Analisis Partial Least Square	94
4.3.1 Uji normalitas data	94
4.3.2 Evaluasi outer model.....	96
4.3.2.1 Convergent Validity.....	96
4.3.2.2 Discriminant Validity.....	99
4.3.2.3 Composite Reliability.....	102
4.3.3 Evaluasi Inner Model	103
4.3.3.1 Uji Determinasi atau Analisis Variant.....	104
4.3.3.2 Predictive Relevance	106
4.3.3.3 Effect Size.....	107
4.3.4 Uji Hipotesis	108

4.3.5 Importance and performance matrix analysis (IPMA).....	109
4.4 Hasil Penelitian dan Pembahasan	113
BAB V KESIMPULAN.....	120
5.1 Kesimpulan.....	120
5.2 Saran	123
5.2.1 Aspek praktis	123
5.2.2 Aspek teoritis.....	123
DAFTAR PUSTAKA	124