

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1. Profil Perusahaan	1
1.1.2. Produk dan Layanan Perusahaan	2
1.2. Latar Belakang Penelitian	4
1.3. Perumusan Masalah.....	12
1.4. Pertanyaan Penelitian	13
1.5. Tujuan Penelitian.....	14
1.6. Manfaat Penelitian.....	15
1.6.1. Aspek Praktis	15
1.6.2. Aspek Teoritis	15
1.7. Sistematika Penulisan.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1. Landasan Teori	17
2.1.1. Pemasaran	17
2.1.2. Pemasaran Digital	18
2.1.3. E-Commerce	18
2.1.4. Service.....	20
2.1.5. Service Quality	20
2.1.6. E-Service Quality	21
2.1.7. Customer Behavior.....	26

2.1.8.	Customer Satisfaction	29
2.1.9.	E-Satisfaction	30
2.1.10.	Customer Trust.....	30
2.1.11.	E-Trust.....	31
2.1.12.	Repurchase Intention.....	32
2.1.13.	Word of Mouth.....	33
2.1.14.	E-Word of Mouth.....	34
2.1.15.	Site Revisit	35
2.1.16.	Hubungan antara E-Service Quality dan E-Satisfaction	35
2.1.17.	Hubungan antara E-Service Quality dan Repurchase Intention.....	36
2.1.18.	Hubungan antara <i>E-Service Quality</i> dan E-WOM.....	37
2.1.19.	Hubungan antara E-Service Quality dan Site Revisit	38
2.1.20.	Hubungan antara E-Service Quality dan E-Trust.....	38
2.1.21.	Hubungan antara E-Satisfaction dan Repurchase Intention.....	39
2.1.22.	Hubungan antara <i>E-Satisfaction</i> dan E-WOM.....	39
2.1.23.	Hubungan antara E-Satisfaction dan Site Revisit	40
2.1.24.	Hubungan antara E-Trust dan E-Satisfaction.....	40
2.1.25.	Hubungan antara E-Trust dan Repurchase Intention	41
2.1.26.	Hubungan antara <i>E-Trust</i> dan E-WOM	42
2.1.27.	Hubungan antara <i>E-Trust</i> dan <i>Site Revisit</i>	42
2.1.28.	Hubungan antara E-Service Quality dan Repurchase Intention melalui E-Satisfaction.....	43
2.1.29.	Hubungan antara <i>E-Service Quality</i> dan E-WOM melalui <i>E-</i> <i>Satisfaction</i>	44
2.1.30.	Hubungan antara E-Service Quality dan Site Revisit melalui E- Satisfaction.....	44
2.1.31.	Hubungan antara E-Service Quality dan Repurchase Intention melalui E-Trust	44
2.1.32.	Hubungan antara <i>E-Service Quality</i> dan E-WOM melalui <i>E-Trust</i>	45
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	45
2.3.	Kerangka Pemikiran	67
2.4.	Hipotesis Penelitian	73
BAB III METODE PENELITIAN		75

3.1.	Karakteristik Penelitian	75
3.2.	Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	76
3.2.1.	Operasional Variabel.....	76
3.2.2.	Skala Pengukuran.....	83
3.3.	Tahapan Penelitian	83
3.4.	Populasi dan Sampel	85
3.4.1.	Populasi.....	85
3.4.2.	Sampel.....	85
3.5.	Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	87
3.5.1.	Pengumpulan Data Primer	87
3.5.2.	Pengumpulan Data Sekunder	87
3.6.	Validitas dan Reliabilitas.....	87
3.6.1.	Validitas	87
3.6.2.	Reliabilitas	90
3.7.	Teknik Analisis Data	91
3.7.1.	Analisis Deskriptif	91
3.7.2.	Structural Equation Modeling.....	93
3.7.3.	Goodness of Fit Test	97
3.8.	Pengujian Hipotesis	97
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		99
4.1.	Karakteristik Responden	99
4.1.1.	Screening Question	99
4.1.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	100
4.1.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	101
4.1.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	101
4.1.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	102
4.1.6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	103
4.1.7.	Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Mengunjungi Situs Web Tokopedia.....	103
4.2.	Hasil Penelitian.....	104
4.2.1.	Analisis Hasil Deskriptif	104
4.2.2.	Analisis Hasil Structural Equation Modeling (SEM).....	116

4.2.3.	Pengujian Hipotesis.....	129
4.3.	Penyesuaian Kerangka Pemikiran Berdasarkan Hasil Olahan Data.....	135
4.4.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	136
4.4.1.	Pembahasan Hasil Karakteristik Responden.....	137
4.4.2.	Pembahasan Hasil Analisis Deskriptif.....	137
4.4.3.	Pembahasan Hubungan antara <i>E-Service Quality</i> dan <i>E-Satisfaction</i>	142
4.4.4.	Pembahasan Hubungan antara <i>E-Service Quality</i> dan <i>Repurchase Intention</i>	142
4.4.5.	Pembahasan Hubungan antara <i>E-Service Quality</i> dan <i>E-WOM</i> ...	143
4.4.6.	Pembahasan Hubungan antara <i>E-Service Quality</i> dan <i>Site Revisit</i>	144
4.4.7.	Pembahasan Hubungan antara <i>E-Service Quality</i> dan <i>E-Trust</i>	144
4.4.8.	Pembahasan Hubungan antara <i>E-Satisfaction</i> dan <i>Repurchase Intention</i>	145
4.4.9.	Pembahasan Hubungan antara <i>E-Satisfaction</i> dan <i>E-WOM</i>	146
4.4.10.	Pembahasan Hubungan antara <i>E-Satisfaction</i> dan <i>Site Revisit</i>	146
4.4.11.	Pembahasan Hubungan antara <i>E-Trust</i> dan <i>E-Satisfaction</i>	147
4.4.12.	Pembahasan Hubungan antara <i>E-Trust</i> dan <i>Repurchase Intention</i>	147
4.4.13.	Pembahasan Hubungan antara <i>E-Trust</i> dan <i>E-WOM</i>	148
4.4.14.	Pembahasan Hubungan antara <i>E-Trust</i> dan <i>Site Revisit</i>	149
4.4.15.	Pembahasan Hubungan antara <i>E-Service Quality</i> dan <i>Repurchase Intention</i> melalui <i>E-Satisfaction</i>	149
4.4.16.	Pembahasan Hubungan antara <i>E-Service Quality</i> dan <i>E-WOM</i> melalui <i>E-Satisfaction</i>	150
4.4.17.	Pembahasan Hubungan antara <i>E-Service Quality</i> dan <i>Site Revisit</i> melalui <i>E-Satisfaction</i>	150
4.4.18.	Pembahasan Hubungan antara <i>E-Service Quality</i> dan <i>Repurchase Intention</i> melalui <i>E-Trust</i>	151
4.4.19.	Pembahasan Hubungan antara <i>E-Service Quality</i> dan <i>E-WOM</i> melalui <i>E-Trust</i>	152
4.4.20.	Pembahasan Hubungan antara <i>E-Service Quality</i> dan <i>Site Revisit</i> melalui <i>E-Trust</i>	153
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	154
5.1.	Kesimpulan.....	154

5.2. Saran	157
5.2.1. Saran Praktis	157
5.2.2. Saran Teoritis	160
DAFTAR PUSTAKA	161
LAMPIRAN.....	172