

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	2
1.3 Perumusan Masalah.....	9
1.4 Pertanyaan Penelitian	10
1.5 Tujuan Penelitian.....	12
1.6 Manfaat Penelitian.....	14
1.6.1 Aspek Teoritis	14
1.6.2 Aspek Praktis	14
1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Teori-teori terkait Penelitian.....	16
2.1.1 Manajemen Operasi	16
2.1.2 <i>M-Commerce (Mobile Commerce)</i>	20
2.1.3 <i>Mobile Shopping Service Quality (MS-SQ)</i>	21
2.1.4 <i>Customer Satisfaction</i> (Kepuasan Pelanggan)	23
2.1.5 <i>Customer Loyalty</i> (Loyalitas Pelanggan)	25
2.2 Penelitian Terdahulu.....	27
2.3 Sintesa Penelitian	37
2.4 Kerangka Pemikiran	37

2.5	Hipotesis Penelitian	39
BAB III METODE PENELITIAN.....		48
3.1	Karakteristik Penelitian	48
3.2	Jenis Variabel dan Skala Pengukuran	49
3.2.1	Jenis Variabel	49
3.2.2	Skala Pengukuran.....	49
3.3	Operasional Variabel	50
3.4	Tahapan Penelitian	61
3.5	Populasi dan Sampel	65
3.5.1	Populasi	65
3.5.2	Sampel.....	66
3.6	Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	69
3.7	Uji Validitas dan Reabilitas.....	71
3.7.1	Uji Validitas	71
3.7.2	Uji Reliabilitas	74
3.8	Teknik Analisis data dan Pengujian Hipotesis	75
3.8.1	Partial Least Square (PLS).....	75
3.8.2	Uji Hipotesis	78
3.8.3	<i>Importance and Perfomance Matrix Analysis (IPMA)</i>	79
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		81
4.1	Karakter Demografi Responden	81
4.2	Analisis <i>Partial Least Square</i>	82
4.2.1	Evaluasi Outer Model atau <i>Measurement Model</i>	82
4.2.2	<i>Inner Model</i>	97
4.2.3	Pengujian Hipotesis.....	100
4.2.4	Gambaran hasil <i>Importance and Perfomance Matrix Analysis (IPMA)</i> 105	
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		108
5.1	Kesimpulan.....	108
5.2	Saran	111
5.2.1	Aspek Praktis	111
5.2.2	Aspek Teoritis	111

DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN	116