

## DAFTAR ISI

DAFTAR ISI .....	i
DAFTAR GAMBAR.....	iii
DAFTAR TABEL .....	iv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1.    Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.1.1. Profil Perusahaan.....	1
1.1.2. Visi dan Misi Perusahaan.....	2
1.2.    Latar Belakang Penelitian .....	2
1.3.    Rumusan Masalah .....	10
1.4.    Tujuan Penelitian .....	10
1.5.    Kegunaan Penelitian .....	10
1.5.1 Manfaat Teoritis .....	10
1.5.2 Manfaat Praktis .....	10
1.6.    Sistematika Penulisan .....	11
BAB II .....	12
TINJAUAN PUSTAKA .....	12
2.1. Tinjauan Pustaka .....	12
2.1.1 Digital Maketing .....	12
2.1.2 E-Service Quality .....	13
2.1.3 E-Satisfaction .....	15
2.1.4 Repurchase Intention.....	16
2.2. Penelitian Terdahulu .....	17
2.3. Kerangka Pemikiran.....	26
2.4. Hipotesis Penelitian.....	26
BAB III.....	27
METODE PENELITIAN .....	27
3.1 Jenis Penelitian.....	27
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran.....	27
3.2.1 Variabel Operaional .....	27
3.2.2 Skala Pengukuran.....	32
3.3 Tahapan Penelitian.....	33
3.4 Populasi dan Sampel .....	33
3.4.1 Populasi .....	33

3.4.2 Sampel.....	33
3.5 Pengumpulan Data .....	35
3.5.1 Sumber Data.....	35
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data .....	35
3.6 Teknik Analisis Data.....	35
3.6.1 Uji Deskriptif.....	35
3.6.2 Model Pengukuran (Outer Model) .....	36
3.6.3 Model struktural (inner model) .....	37
3.7. Alat Analisis.....	38
BAB IV .....	39
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	39
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	39
4.2 Analisis Data.....	40
4.3 Pembahasan.....	48
BAB V .....	51
PENUTUP .....	51
4.1 Kesimpulan .....	51
4.2 Saran .....	51
Daftar Pustaka.....	53
LAMPIRAN .....	60