

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	3
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan.....	1
1.2 Pendahuluan	6
1.3 Perumusan Masalah.....	18
1.4 Tujuan Penelitian.....	18
1.5 Manfaat Penelitian	20
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	20
BAB II	23
TINJAUAN PUSTAKA	23
2.1 Kajian Teori	23
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	23
2.1.2 Perilaku Konsumen	25
2.1.3 Teori E- Service Quality	25
2.1.4 Teori <i>Customers Satisfaction</i>	27
2.1.5 Teori Loyalty	28

2.2	Teori-teori Terkait Penelitian dan Penelitian Terdahulu.....	29
2.2.1	Penelitian Terdahulu.....	29
2.3	Kerangka Pemikiran.....	44
2.4	Hipotesis Penelitian	47
2.5	Pengembangan Hipotesis.....	48
BAB III	50
METODE PENELITIAN	50
3.1	Jenis Penelitian	50
3.2	Operasional Variabel	52
3.2.1	Jenis Variabel	52
3.3	Skala Pengukuran Data.....	60
3.4	Tahapan Penelitian.....	61
3.5	Populasi dan Sampel.....	63
3.5.1	Populasi	63
3.5.2	Sampel Penelitian	63
3.5.3	Pengumpulan Data	65
3.5.4	Pengumpulan Sumber Data	65
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	66
3.6.1	Uji Validitas	66
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	69
3.7	Teknik Analisis Data.....	70
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	71
3.7.2	Multivariat	75
3.7.3	Analisis SEM.....	76
3.7.4	PLS.....	76

3.7.5 Outer Model	77
3.7.6 Inner Model	79
BAB IV	82
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	82
4.1 Karakteristik Responden.....	82
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin.....	83
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	84
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	86
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	87
4.2 Hasil Penelitian	88
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	88
4.2.2 Uji Hipotesis.....	102
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	103
4.3.1 H1: Terdapat Hubungan Positif <i>E-Service Quality</i> dengan <i>Customers Satisfaction</i> pada Aplikasi MyBCA	103
4.3.2 H2: Terdapat Hubungan Positif <i>E-Service Quality</i> dengan <i>Customers Loyalty</i>	103
4.3.3 H3 : Terdapat hubungan positif <i>Customers Satisfaction</i> dengan <i>Customers Loyalty</i>	104
BAB V.....	105
KESIMPULAN DAN SARAN.....	105
5.1 Kesimpulan	105
5.2 Saran	106
5.2.1 Saran Akademis.....	106
5.2.2 Saran Praktis.....	106
DAFTAR PUSTAKA	108

LAMPIRAN.....	112
----------------------	------------