

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1.Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2.Latar Belakang Penelitian	4
1.3.Rumusan Masalah	30
1.4.Tujuan Penelitian	30
1.5.Kegunaan Penelitian.....	30
1.5.1.Aspek Teoritis	31
1.5.2 Aspek Praktis	31
1.6.Sistematika Penulisan	31
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	33
2.1.Rangkuman Teori.....	33

2.1.1.Pemasaran	33
2.1.2. <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	33
2.1.3.Persepsi Manfaat (<i>perceived usefulness</i>)	35
2.1.4.Persepsi Kemudahan (<i>Perceived Ease Of Use</i>)	36
2.1.5.Fitur Layanan	36
2.1.6.Kepercayaan (<i>Trust</i>).....	37
2.1.7.Kepuasan Pelanggan (<i>Customer Satisfaction</i>)	38
2.2.Teori Keterkaitan	40
2.2.1.Hubungan Persepsi Manfaat (<i>Perceived Usefulness</i>) dengan Kepuasan Pelanggan (<i>Customer Satisfaction</i>).....	40
2.2.2.Hubungan Persepsi Kemudahan (<i>Perceived Ease Of Use</i>) dengan Kepuasan Pelanggan (<i>Customer Satisfaction</i>)	41
2.2.3.Hubungan Fitur Layanan (<i>Service Features</i>) dengan Kepuasan Pelanggan (<i>Customer Satisfaction</i>).....	43
2.2.4.Hubungan Kepercayaan (<i>Trust</i>) dengan Kepuasan Pelanggan (<i>Customer Satisfaction</i>)	44
2.3.Penelitian Terdahulu	46
2.4.Kerangka Pemikiran.....	61
2.5.Hipotesis Penelitian.....	65
2.6.Ruang Lingkup Penelitian.....	65
2.6.1.Variabel dan Sub Variabel Penelitian	65
2.6.2.Lokasi dan Objek Penelitian	65
2.6.3.Waktu dan Periode Penelitian	65
BAB III METODE PENELITIAN	66
3.1.Jenis Penelitian.....	66

3.2.Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	68
3.2.1.Variabel Operasional.....	68
3.3.Skala Pengukuran.....	74
3.4.Tahapan Penelitian	75
3.5.Pengumpulan Data	75
3.5.1.Jenis Data	75
3.5.2.Teknik Pengumpulan Data.....	76
3.6.Populasi dan Sampel	77
3.6.1.Populasi	77
3.6.2.Sampel.....	77
3.7.Teknik Pengambilan Sampel.....	78
3.8.Uji Validitas dan Reliabilitas	79
3.8.1.Uji Validitas	79
3.8.2.Uji Reliabilitas	80
3.9.Teknik Analisis Data.....	81
3.9.1.Analisis Deskriptif	81
3.10.Uji Asumsi Klasik.....	83
3.10.1.Uji Normalitas	83
3.10.2.Uji Multikolinearitas	84
3.10.3.Uji Heteroskedastisitas.....	77
3.11.Regresi Linier Berganda	85
3.11.1.Uji Hipotesis	85
3.11.2.Uji Koefisien Determinasi (R^2)	87
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	89

4.1.Deskripsi Data.....	89
4.1.1.Deskripsi Karakteristik Responden.....	89
4.1.2.Statistik Deskriptif	93
4.1.3.Uji Validitas dan Reliabilitas	122
4.2.Hasil Penelitian	124
4.2.1.Pengujian Prasyarat analisis.....	124
4.3.Analisis Regresi Linear Berganda.....	129
4.3.1.Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	129
4.3.2.Uji Hipotesis	130
4.3.3.Hasil Uji Koefisien Determinasi	133
4.4. Hasil Pembahasan.....	134
4.4.1.Deskripsi Analisis Responden.....	134
4.4.2.Deskripsi Analisis Variabel Persepsi Manfaat.....	135
4.4.3.Deskripsi Analisis Variabel Persepsi Kemudahan.....	136
4.4.4.Deskripsi Analisis Variabel Fitur Layanan	136
4.4.5.Deskripsi Analisis Variabel Kepercayaan.....	137
4.4.6.Deskripsi Analisis Variabel Kepuasan Pelanggan	138
4.4.7.Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Kepuasan Pelanggan.....	138
4.4.8.Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	139
4.4.9.Pengaruh Fitur Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan	139
4.4.10.Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	140
4.4.11.Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Kepercayaan secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan.....	141
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	142

5.1. Kesimpulan.....	142
5.2. Saran.....	145
5.2.1.Bagi Perusahaan.....	145
5.2.2.Bagi Peneliti Selanjutnya.....	146
DAFTAR PUSTAKA.....	147
DAFTAR LAMPIRAN.....	152
LAMPIRAN	