

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar belakang	1
1.3 Rumusan Masalah.....	8
1.4 Pertanyaan Penelitian	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian	10
1.6.1 Aspek Teoritis.....	10
1.6.2 Aspek Praktis	10
1.7 Ruang Lingkup Penelitian.....	10
1.9 Sistematika Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	12
2.1 Teori-teori Terkait Penelitian	12
2.1.1 Fitur Hedonik.....	12
2.1.2 Fitur Utilitarian.....	12
2.1.3 Aliran Pengalaman	13
2.1.4 Ekuitas Merek	13
2.1.5 Kepercayaan	14
2.1.6 E-Loyalitas.....	14
2.2 Penelitian Terdahulu	15

2.3	Pengembangan Hipotesis	20
2.3.1	Hubungan Fitur Hedonik dan Aliran Pengalaman	20
2.3.2	Hubungan Fitur Utilitarian dan Aliran Pengalaman	21
2.3.3	Hubungan Fitur Hedonik dan Ekuitas Merek	21
2.3.4	Hubungan Fitur Utilitarian dan Kepercayaan	22
2.3.5	Hubungan Aliran Pengalaman dan Ekuitas Merek	24
2.3.6	Hubungan Aliran Pengalaman dan Kepercayaan	24
2.3.7	Hubungan Aliran Pengalaman dan E-Loyalitas	25
2.3.8	Hubungan Ekuitas Merek dan E-Loyalitas	26
2.3.9	Hubungan Kepercayaan dan E-Loyalitas	26
2.3.10	Hubungan Fitur Hedonik dan Kepercayaan	27
2.3.11	Hubungan Fitur Utilitarian dan Ekuitas Merek	27
2.4	Kerangka Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN		30
3.1	Karakteristik Penelitian	30
3.2.	Alat Pengumpulan Data	31
3.2.1	Variabel Penelitian	31
3.2.2	Sekala Pengukuran	37
3.3	Tahapan Pelaksanaan Penelitian	38
3.4	Populasi Sampel	38
3.4.1	Populasi	38
3.4.2	Sampel	38
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data	39
3.5.1	Data Primer	39
3.5.2	Data Sekunder	39
3.6	Validitas dan Reabilitas	40
3.6.1	Uji Validasi	40
3.6.2	Uji Reabilitas	41
3.6.3	Kecocokan Model	42

3.7 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	45
3.7.1 Teknik Analisis Data	45
3.7.2 Permodelan Persamaan Pengukuran dan Stuktural.....	47
3.7.3 Asumsi-Asumsi yang Diperlukan LISREL	50
3.7.4 Pengujian Hipotesis.....	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1 Karakteristik Responden	52
4.2 Hasil Penelitian	52
4.2.1 Uji Validitas dan Reabilitas	52
4.2.2 Uji Kecocokan Keseluruhan Model	56
4.2.3 Uji Hipotesis	57
4.3 Pembahasan Penelitian	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	68
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Saran	69
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan (Praktisi).....	69
5.2.2 Saran Bagi Penelitian Berikutnya (Akademis)	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Top 25 Countries	2
Gambar 1.2 Konsumen E-Commerce Indonesia	3
Gambar 1.3 Top Brand Index	4
Gambar 1.4P Penilaian dan Ulasan Tiket.com.....	5
Gambar 1.5 Garis Kontinum Variabel Loyalitas	7
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	28
Gambar 3.1 Tahapan Pelaksanaan Penelitian	38
Gambar 3.2 Kerangka Konseptual	49
Gambar 4.1 Loading Facktor Tiap Variabel	54
Gambar 4.2 T-value Pada Model Peneliti	58
Gambar 4.4 Koefisien Regresi Model Penelitian	59

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Perhitungan Nilai Indeks	7
Tabel 2.1 Susunan Literatur Jurnal	15
Tabel 3.1 Karakteristik Penelitian	30
Tabel 3.2 Variabel Eksogen	32
Tabel 3.3 Variabel Endogen	32
Tabel 3.4 Variabel dan Indikator Penelitian	35
Tabel 3.5 Skala Pengukuran	37
Tabel 3.6 Model Persamaan Pengukuran	48
Tabel 3.7 Notasi.....	50
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	52
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas	55
Tabel 4.3 Hasil Uji Kecocokan Keseluruhan Model	56
Tabel 4.4 Uji Hipotesis	59
Tabel 4.3 Uji Simultan	62

