

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	1
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	1
1.1.1 Sejarah JD.ID	1
1.1.2 Visi & Misi JD.ID	1
1.2 Latar Belakang.....	2
1.3 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	10
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Batasan Penelitian	11
1.6 Manfaat Penelitian.....	11
1.6.1 Manfaat Teoretis	11

1.6.2	Manfaat Praktis.....	11
1.7	Sistematika Penelitian.....	12
BAB II.....		13
TINJAUAN LITERATUR		13
2.1	Manajemen Pemasaran	13
2.1.1	Definisi Manajemen Pemasaran.....	13
2.1.2	Aktivitas Manajemen Pemasaran	14
2.2	<i>E-Service Quality</i>	18
2.2	Kepuasan Pelanggan	22
2.3	Loyalitas Pelanggan.....	24
2.3.1	Definisi Loyalitas Pelanggan.....	24
2.3.2	Merancang Loyalitas Pelanggan	25
2.3.3	Tahapan Loyalitas Pelanggan.....	25
2.3.4	Dimensi Loyalitas Pelanggan	26
2.4	Hubungan Antar Variabel	27
2.4.1	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	27
2.4.2	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	28
2.4.3	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	29
2.5	Penelitian Terdahulu.....	30
2.6	Kerangka Pemikiran	38
2.7	Hipotesis Penelitian	40
BAB III.....		41
METODE PENELITIAN		41
3.1	Jenis Penelitian	41

3.1.1	Karakteristik Penelitian Berdasarkan Strategi	41
3.1.2	Karakteristik Penelitian Berdasarkan <i>Exntent of Research Inteferebce</i> 41	
3.1.3	Karakteristik Penelitian Berdasarkan <i>Study Setting</i>	41
3.1.4	Karakteristik Penelitian Berdasarkan <i>Population To Be Studied</i>	42
3.1.5	Karakteristik Penelitian Berdasarkan <i>Time Horizon</i>	42
3.2	Operasional Variabel.....	43
3.2.1	Variabel Penelitian.....	43
3.2.2	Operasionalisasi Variabel.....	44
3.3	Tahapan Penelitian	49
3.4	Populasi dan Sampel	50
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	51
3.6	Pengumpulan Data dan Sumber Data	54
3.7	Teknik Analisis Data	54
3.7.1	Analisis Deskriptif	54
3.7.2	<i>Partial Least Square</i>	56
BAB IV	62
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	62
4.1	Karakteristik Responden dan Pengalaman Menggunakan JD.ID	62
4.2	Persepsi Pengguna JD.ID Terhadap <i>E-Service Quality</i> , Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan.....	68
4.2.1	Persepsi Pengguna JD.ID Terhadap <i>E-Service Quality</i>	68
4.2.2	Kepuasan Pelanggan JD.ID.....	70
4.2.3	Loyalitas Pelanggan JD.ID	71

4.3	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan JD.ID.....	72
4.3.1	Evaluasi <i>Measurement Model (Outer Model)</i>	72
4.3.2	Uji Reliabilitas	77
4.4	Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>).....	78
4.4.1	Koefisien Determinasi.....	79
4.4.2	<i>Goodness of Fit Model</i>	80
4.4.3	Uji Hipotesis	81
4.5	Pembahasan.....	82
4.5.1	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan JD.ID ..	82
4.5.2	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan JD.ID	83
4.5.3	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan JD.ID....	84
BAB V	85
KESIMPULAN DAN SARAN	85
5.1	Kesimpulan.....	85
5.2	Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	86