

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	2
1.3 Perumusan Masalah	15
1.4 Tujuan Penelitian.....	16
1.5 Manfaat Penelitian	16
1.5.1 Aspek Akademis	16
1.5.2 Aspek Praktis	17
1.6 Sistematika Penulisan	17
BAB II.....	19
TINJAUAN PUSTAKA.....	19
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	19

2.1.1	Manajemen Pemasaran.....	19
2.1.2	Kualitas Pelayanan	19
2.1.3	e-Service Quality.....	20
2.1.3.1	Dimensi e-Service Quality	21
2.1.4	Promotion.....	22
2.1.5	Sales Promotion	23
2.1.5.1	Dimensi Sales Promotion.....	23
2.1.6	Perilaku Konsumen	25
2.1.7	Purchase Decision	25
2.1.7.1	Dimensi Purchase Decision	26
2.1.8	Customer Satisfaction	28
2.1.9	Customer Loyalty.....	29
2.2	Penelitian Terdahulu.....	30
2.3	Kerangka Pemikiran.....	47
2.3.1	Hubungan e-Service Quality dengan Customer Satisfaction	48
2.3.2	Hubungan Sales Promotion dengan Purchase Decision.....	49
2.3.3	Hubungan Purchase Decision dengan Customer Satisfaction	49
2.3.4	Hubungan Customer Satisfaction dengan Customer Loyalty	50
2.4	Hipotesis Penelitian.....	51
BAB III		52
METODE PENELITIAN.....		52
3.1	Jenis Penelitian.....	52
3.2	Operasional Variabel	53
3.2.1	Variabel Eksogen.....	54
3.2.2	Variabel Endogen	54
3.3	Skala Pengukuran.....	61
3.4	Tahapan Penelitian	61
3.5	Populasi dan Sampel	63
3.5.1	Populasi.....	63
3.5.2	Sampel.....	63
3.5.3	Teknik Sampling	65
3.6	Pengumpulan Data dan Sumber Data	66

3.6.1	Pengumpulan Data	66
3.6.2	Sumber Data	66
3.7	Uji Validitas dan Reliabilitas	67
3.7.1	Uji Validitas	67
3.7.2	Uji Reliabilitas	68
3.8	Teknik Analisis Data	69
3.8.1	Structural Equation Model (SEM)	69
3.8.1.1	Measurement Model atau Outer Model	72
3.8.1.2	Structural Model atau Inner Model	73
3.9	Uji Hipotesis	76
BAB IV		78
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		78
4.1	Karakteristik Responden	78
4.1.1	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	78
4.1.2	Karakteristik Responden berdasarkan Usia	79
4.1.3	Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	80
4.1.4	Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	81
4.1.5	Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan	82
4.1.6	Karakteristik Responden berdasarkan Domisili	83
4.1.7	Karakteristik Responden berdasarkan Frekuensi Membeli di GoFood	84
4.2	Hasil Penelitian	85
4.2.1	Uji Measurement Model (Outer Model)	85
4.2.1.1	Convergent Validity	85
4.2.1.2	Discriminant Validity	87
4.2.1.4	Uji Reliabilitas	91
4.2.2	Uji Structural Model (Inner Model)	92
4.2.2.1	R-Square (R^2)	94
4.2.2.2	Model Fit	95
4.2.2.3	Q-Square (Q^2)	95
4.3	Uji Hipotesis	96
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian	99

BAB V.....	102
KESIMPULAN DAN SARAN.....	102
5.1 Kesimpulan	102
5.2 Saran.....	103
5.2.1 Saran Akademis.....	103
5.2.2 Saran Praktis	104
DAFTAR PUSTAKA.....	105