

DAFTAR ISI

<i>HALAMAN PENGESAHAN</i>	<i>ii</i>
<i>KATA PENGANTAR</i>	<i>iv</i>
<i>ABSTRAK</i>	<i>v</i>
<i>ABSTRAK</i>	<i>vi</i>
<i>DAFTAR ISI</i>	<i>vii</i>
<i>DAFTAR TABEL</i>	<i>x</i>
<i>DAFTAR GAMBAR</i>	<i>xi</i>
<i>BAB I</i>	<i>1</i>
<i>PENDAHULUAN</i>	<i>1</i>
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	<i>1</i>
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	<i>2</i>
1.3 Rumusan masalah.....	<i>13</i>
1.4 Pertanyaan Penelitian.....	<i>14</i>
1.5 Tujuan Penelitian.....	<i>14</i>
1.6 Manfaat Penelitian.....	<i>15</i>
1.6.1 Aspek Teoritis.....	<i>15</i>
1.6.2 Aspek Praktis.....	<i>15</i>
1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	<i>15</i>
<i>BAB II</i>	<i>17</i>
<i>TEORI DAN PEMBAHASAN</i>	<i>17</i>
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu.....	<i>17</i>
2.1.1 Pemasaran.....	<i>17</i>
2.1.2 Digital Marketing atau E-Marketing.....	<i>17</i>
2.1.3 Website Design Quality.....	<i>17</i>
2.1.4 Kualitas Layanan.....	<i>19</i>
2.1.4.1 <i>E-Service Quality</i>	<i>20</i>
2.1.5 <i>Customer Satisfaction</i>	<i>21</i>
2.1.6 Repurchase Intention.....	<i>23</i>
2.2 Penelitian Terdahulu.....	<i>24</i>
2.3 Kerangka Pemikiran.....	<i>46</i>
2.4 Hipotesis.....	<i>47</i>
<i>BAB III</i>	<i>49</i>
<i>METODE PENELITIAN</i>	<i>49</i>

3.1 Jenis Penelitian	49
3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran	50
3.2.1 Operasionalisasi Variabel.....	50
3.3 Tahapan Penelitian	56
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian.....	58
3.4.1 Populasi	58
3.4.2. Sampel	59
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	60
3.5.1 Sumber Data	60
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	61
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	61
3.6.1 Uji Validitas	61
3.6.2 Uji Realibilitas	63
3.7 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	64
3.7.1 Analisis Data Partial Least Square(PLS).....	64
3.7.2 Pengukuran dan Model Structural.....	65
3.7.2.1 Model Pengukuran (<i>Outher Model</i>).....	65
3.7.2.2 Uji Model Structural (<i>Inner Model</i>)	66
3.7.2.3 Pengukuran Efek Mediasi	67
3.8 Pengujian Hipotesis.....	67
BAB IV.....	71
Hasil dan Pembahasan	71
4.1 Metode Analisis	71
4.2 Karakteristik Responden.....	71
4.2.1 Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin	72
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	72
4.2.3 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir....	73
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	74
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Rata-Rata Per- Bulan	75
4.3 Analisis Deskriptif.....	76
4.3.1 Variable <i>E-Service Quality</i>	77
4.3.2 Variable Design Website.....	79
4.3.3 Variable Customer Satisfaction	81
4.3.4 Variable <i>Repurchase Intention</i>	84
4.4 Analisis <i>Structural Equation Modeling (SEM) PLS</i>	86
4.4.1 Analisis Metode Pengukuran (<i>outer model</i>).....	87
4.4.1.1 Validitas Konvergen.....	87
4.4.1.2 <i>Discriminant Validity</i>	90
4.4.1.3 Uji Reliabilitas	91
4.4.2 Model Struktural (Evaluasi <i>Inner Model</i>).....	92
4.4.2.1 <i>R-Square</i>	94
4.4.2.2 <i>Path Coefficient</i>	94

4.4.2.3 <i>F-Square</i>	95
4.4.3 Uji Hipotesis.....	97
4.4.3.1 Pengujian Hipotesis 1.....	98
4.4.3.2 Pengujian Hipotesis 2.....	99
4.4.3.3 Pengujian Hipotesis 3.....	99
4.4.3.4 Pengujian Hipotesis 4.....	99
4.4.3.5 Pengujian Hipotesis 5.....	100
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	100
4.5.1 Pengaruh E-Service Quality Terhadap Customer Satisfaction	100
4.5.2 Pengaruh Design Website Quality Terhadap Customer Satisfaction.....	101
4.5.3 Pengaruh Customer Satisfaction Terhadap Repurchase Intention 101	101
4.5.4 Pengaruh E-Service Quality Yang Dimediasi Customer Satisfaction Terhadap Repurchase Intention.....	101
4.5.5 Pengaruh Design Website Quality Yang Dimediasi Customer Satisfaction Terhadap Repurchase Intention.....	102
<i>BAB V</i>.....	103
<i>KESIMPULAN DAN SARAN</i>.....	103
5.1 Kesimpulan	103
5.2 Saran.....	103
5.2.1 Saran Untuk Perusahaan	103
5.2.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya	105
<i>DAFTAR PUSTAKA</i>.....	106