

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR.....	iii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Gambaran Objek Penelitian.....	1
1.1.1. Sejarah Bukalapak.....	1
1.1.2. Profil Umum Bukalapak	1
1.1.3. Logo Bukalapak	2
1.1.4. Makna Logo Bukalapak.....	2
1.1.5. Visi dan Misi Bukalapak	3
1.2. Latar Belakang	3
1.3. Rumusan Masalah	25
1.4. Tujuan Penelitian	26
1.5. Batasan Masalah.....	26
1.6. Kegunaan Penelitian	27
1.7. Sistematika Penulisan	27
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	29
2.1. Landasan Teori	29
2.1.1. Pemasaran	29
2.1.2. Perilaku Konsumen	29
2.1.3. <i>Service Quality</i>	30
2.1.4. <i>E-Service Quality</i>	31
2.1.5. <i>Consumer Satisfaction</i>	32

2.1.6. <i>E-Consumer Satisfaction</i>	33
2.1.7. <i>Repurchase Intention</i>	34
2.1.8. <i>E-Repurchase Intention</i>	34
2.2. Hubungan Antar Variabel.....	35
2.2.1. Hubungan <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Consumer Satisfaction</i>	35
2.2.2. Hubungan <i>E-Consumer Satisfaction</i> terhadap <i>E-Repurchase Intention</i>	36
2.2.3. Hubungan <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Repurchase Intention</i>	36
2.3. Penelitian Terdahulu	38
2.3.1. Penelitian Terdahulu Skripsi	38
2.3.2. Penelitian Terdahulu Jurnal Nasional	49
2.3.3. Penelitian Terdahulu Jurnal Internasional	60
2.4. Kerangka Pemikiran.....	71
2.5. Hipotesis Penelitian	76
2.6. Ruang Lingkup Penelitian	76
BAB III METODE PENELITIAN	77
3.1. Jenis Penelitian	77
3.2. Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	77
3.2.1. Variabel Operasional	77
3.2.2. Skala Pengukuran.....	84
3.3. Tahapan Penelitian.....	85
3.4. Populasi dan Sampel	86
3.4.1. Populasi.....	86
3.4.2. Sampel	86
3.5. Pengumpulan Data	88
3.5.1. Sumber Data	88
3.5.2. Teknik Pengumpulan Data	88
3.6. Uji Validitas dan Reliabilitas	89
3.6.1. Uji Validitas.....	89
3.6.2. Uji Reliabilitas.....	91
3.7. Teknik Analisis Data.....	92
3.7.1. Analisis Deskriptif	92
3.7.2. Metode of Successive Interval (MSI).....	93

3.7.3. <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	94
3.7.4. Partial Least Square	95
3.7.5. Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>)	96
3.7.6. Pengukuran Struktural (<i>Inner Model</i>)	98
3.8. Pengujian Hipotesis	99
3.8.1. Uji Hipotesis Parsial (Uji t)	100
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	101
4.1. Pengumpulan Data	101
4.2. Karakteristik Responden	101
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	102
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	103
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	104
4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Provinsi	105
4.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	106
4.3 Hasil Penelitian	106
4.3.1. Analisis Deskriptif	107
4.3.2. <i>Structural Equation Model (SEM)</i>	129
4.4 Hasil Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>)	130
4.5 Pengukuran Struktural (<i>Inner Model</i>)	135
4.5.1 Evaluasi Pengukuran Struktural	136
4.5.2 <i>Predictive Relevance</i>	137
4.5.3 Uji Hipotesis	138
4.5.4 Model Persamaan	141
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	145
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	152
5.1 Kesimpulan	152
5.2 Saran	153
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan	153
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	156
DAFTAR PUSTAKA	158
DAFTAR LAMPIRAN	163