

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>i</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1    Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.1.1    Profil Perusahaan .....	1
1.1.2    Logo Perusahaan .....	2
1.1.3    Visi Misi Perusahaan .....	2
1.1.4    Layanan Perusahaan.....	3
1.2    Latar Belakang Penelitian .....	5
1.3    Rumusan Masalah .....	22
1.4    Tujuan Penelitian .....	23
1.5    Manfaat Penelitian .....	23
1.6    Sistematika Penulisan .....	24
1.7    Waktu dan Periode Penelitian .....	24
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>25</b>

2.1	Tinjauan Pustaka .....	25
2.1.1	Manajemen Pemasaran.....	25
2.1.2	E-Commerce .....	25
2.1.3	Generasi Z .....	26
2.1.4	<i>E-Service Quality</i> .....	27
2.1.5	Dimensi <i>E-Service Quality</i> .....	27
2.1.6	Bauran Pemasaran.....	28
2.1.7	Promosi .....	29
2.1.8	Dimensi Promosi.....	29
2.1.9	Kepuasan Pelanggan .....	30
2.1.10	Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	31
2.1.11	Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan .....	32
2.1.12	Hubungan <i>E-Service Quality</i> terhadap Kepuasan Pelanggan .....	33
2.1.13	Hubungan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan.....	34
2.1.14	Hubungan <i>E-service Quality</i> dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan .....	34
2.2	Penelitian Terdahulu .....	36
2.3	Kerangka Pemikiran.....	48
2.4	Hipotesis Penelitian.....	50
2.5	Ruang Lingkup Penelitian.....	51
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>52</b>
3.1	Jenis Penelitian.....	52
3.2	Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran.....	52
3.2.1	Operasionalisasi Variabel.....	52

3.2.2	Skala Pengukuran.....	58
3.2.3	Tahapan Penelitian.....	59
3.3	Populasi dan Sampel.....	59
3.3.1	Populasi.....	59
3.3.2	Sampel.....	60
3.3.3	Teknik Sampling.....	61
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	62
3.5	Uji Validitas & Reliabilitas.....	62
3.5.1	Uji Validitas.....	62
3.5.2	Uji Reliabilitas.....	65
3.6	Teknik Analisis Data.....	66
3.6.1	Analisis Deskriptif.....	66
3.7	Uji Asumsi Klasik.....	68
3.7.1	Uji Normalitas.....	68
3.7.2	Uji Multikolinieritas.....	68
3.7.3	Uji Heterokedastisitas.....	69
3.8	Analisis Regresi Linear Berganda.....	69
3.9	Pengujian Hipotesis.....	70
3.9.1	Pengujian Hipotesis Simultan (Uji-F).....	70
3.9.2	Pengujian Hipotesis Parsial (Uji-t).....	71
3.9.3	Koefisien Determinasi.....	72
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>73</b>
4.1	Pengumpulan Data.....	73
4.2	Karakteristik Responden.....	73

4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	74
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pemesanan Per Minggu .....	75
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Total Pengeluaran Per Bulan .....	76
4.3	Hasil Penelitian .....	77
4.3.1	Analisis Deskriptif .....	77
4.3.2	Uji Asumsi Klasik .....	90
4.3.2.1	Uji Normalitas .....	90
4.3.2.2	Uji Multikolinearitas .....	93
4.3.2.3	Uji Heteroskedastisitas .....	94
4.3.3	Analisis Regresi Linear Berganda .....	95
4.3.4	Uji Hipotesis .....	96
4.3.4.1	Uji Parsial (Uji t) .....	96
4.3.4.2	Uji Simultan (Uji F) .....	98
4.3.5	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	100
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian .....	101
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>104</b>
5.1	Kesimpulan .....	104
5.2	Saran .....	105
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan .....	105
5.2.2	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya .....	106
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>107</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>111</b>