

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</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.    Produk dan Layanan Perusahaan .....	2
1.2.    Latar Belakang Penelitian .....	4
1.3.    Perumusan Masalah.....	12
1.4.    Pertanyaan Penelitian .....	13
1.5.    Tujuan Penelitian.....	14
1.6.    Manfaat Penelitian.....	15
1.6.1.    Aspek Praktis .....	15
1.6.2.    Aspek Teoritis .....	15
1.7.    Sistematika Penulisan.....	15
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>17</b>
2.1.    Landasan Teori .....	17
2.1.1.    Pemasaran .....	17
2.1.2.    Pemasaran Digital .....	18
2.1.3.    E-Commerce .....	18
2.1.4.    Service.....	20
2.1.5.    Service Quality .....	20
2.1.6.    E-Service Quality .....	21
2.1.7.    Customer Behavior.....	26

2.1.8.	Customer Satisfaction .....	29
2.1.9.	E-Satisfaction .....	30
2.1.10.	Customer Trust.....	30
2.1.11.	E-Trust.....	31
2.1.12.	Repurchase Intention.....	32
2.1.13.	Word of Mouth.....	33
2.1.14.	E-Word of Mouth.....	34
2.1.15.	Site Revisit .....	35
2.1.16.	Hubungan antara E-Service Quality dan E-Satisfaction .....	35
2.1.17.	Hubungan antara E-Service Quality dan Repurchase Intention.....	36
2.1.18.	Hubungan antara <i>E-Service Quality</i> dan E-WOM.....	37
2.1.19.	Hubungan antara E-Service Quality dan Site Revisit .....	38
2.1.20.	Hubungan antara E-Service Quality dan E-Trust.....	38
2.1.21.	Hubungan antara E-Satisfaction dan Repurchase Intention.....	39
2.1.22.	Hubungan antara <i>E-Satisfaction</i> dan E-WOM.....	39
2.1.23.	Hubungan antara E-Satisfaction dan Site Revisit .....	40
2.1.24.	Hubungan antara E-Trust dan E-Satisfaction.....	40
2.1.25.	Hubungan antara E-Trust dan Repurchase Intention .....	41
2.1.26.	Hubungan antara <i>E-Trust</i> dan E-WOM .....	42
2.1.27.	Hubungan antara <i>E-Trust</i> dan <i>Site Revisit</i> .....	42
2.1.28.	Hubungan antara E-Service Quality dan Repurchase Intention melalui E-Satisfaction.....	43
2.1.29.	Hubungan antara <i>E-Service Quality</i> dan E-WOM melalui <i>E- Satisfaction</i> .....	44
2.1.30.	Hubungan antara E-Service Quality dan Site Revisit melalui E- Satisfaction.....	44
2.1.31.	Hubungan antara E-Service Quality dan Repurchase Intention melalui E-Trust .....	44
2.1.32.	Hubungan antara <i>E-Service Quality</i> dan E-WOM melalui <i>E-Trust</i>	45
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	45
2.3.	Kerangka Pemikiran .....	67
2.4.	Hipotesis Penelitian .....	73
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>75</b>

3.1.	Karakteristik Penelitian .....	75
3.2.	Operasional Variabel dan Skala Pengukuran .....	76
3.2.1.	Operasional Variabel.....	76
3.2.2.	Skala Pengukuran.....	83
3.3.	Tahapan Penelitian .....	83
3.4.	Populasi dan Sampel .....	85
3.4.1.	Populasi.....	85
3.4.2.	Sampel.....	85
3.5.	Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	87
3.5.1.	Pengumpulan Data Primer .....	87
3.5.2.	Pengumpulan Data Sekunder .....	87
3.6.	Validitas dan Reliabilitas.....	87
3.6.1.	Validitas .....	87
3.6.2.	Reliabilitas .....	90
3.7.	Teknik Analisis Data .....	91
3.7.1.	Analisis Deskriptif .....	91
3.7.2.	Structural Equation Modeling.....	93
3.7.3.	Goodness of Fit Test .....	97
3.8.	Pengujian Hipotesis .....	97
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>99</b>
4.1.	Karakteristik Responden .....	99
4.1.1.	Screening Question .....	99
4.1.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	100
4.1.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	101
4.1.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	101
4.1.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	102
4.1.6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	103
4.1.7.	Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Mengunjungi Situs Web Tokopedia.....	103
4.2.	Hasil Penelitian.....	104
4.2.1.	Analisis Hasil Deskriptif .....	104
4.2.2.	Analisis Hasil Structural Equation Modeling (SEM).....	116

4.2.3.	Pengujian Hipotesis.....	129
4.3.	Penyesuaian Kerangka Pemikiran Berdasarkan Hasil Olahan Data.....	135
4.4.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	136
4.4.1.	Pembahasan Hasil Karakteristik Responden.....	137
4.4.2.	Pembahasan Hasil Analisis Deskriptif.....	137
4.4.3.	Pembahasan Hubungan antara <i>E-Service Quality</i> dan <i>E-Satisfaction</i> .....	142
4.4.4.	Pembahasan Hubungan antara <i>E-Service Quality</i> dan <i>Repurchase Intention</i> .....	142
4.4.5.	Pembahasan Hubungan antara <i>E-Service Quality</i> dan <i>E-WOM</i> ...	143
4.4.6.	Pembahasan Hubungan antara <i>E-Service Quality</i> dan <i>Site Revisit</i>	144
4.4.7.	Pembahasan Hubungan antara <i>E-Service Quality</i> dan <i>E-Trust</i> .....	144
4.4.8.	Pembahasan Hubungan antara <i>E-Satisfaction</i> dan <i>Repurchase Intention</i> .....	145
4.4.9.	Pembahasan Hubungan antara <i>E-Satisfaction</i> dan <i>E-WOM</i> .....	146
4.4.10.	Pembahasan Hubungan antara <i>E-Satisfaction</i> dan <i>Site Revisit</i> .....	146
4.4.11.	Pembahasan Hubungan antara <i>E-Trust</i> dan <i>E-Satisfaction</i> .....	147
4.4.12.	Pembahasan Hubungan antara <i>E-Trust</i> dan <i>Repurchase Intention</i>	147
4.4.13.	Pembahasan Hubungan antara <i>E-Trust</i> dan <i>E-WOM</i> .....	148
4.4.14.	Pembahasan Hubungan antara <i>E-Trust</i> dan <i>Site Revisit</i> .....	149
4.4.15.	Pembahasan Hubungan antara <i>E-Service Quality</i> dan <i>Repurchase Intention</i> melalui <i>E-Satisfaction</i> .....	149
4.4.16.	Pembahasan Hubungan antara <i>E-Service Quality</i> dan <i>E-WOM</i> melalui <i>E-Satisfaction</i> .....	150
4.4.17.	Pembahasan Hubungan antara <i>E-Service Quality</i> dan <i>Site Revisit</i> melalui <i>E-Satisfaction</i> .....	150
4.4.18.	Pembahasan Hubungan antara <i>E-Service Quality</i> dan <i>Repurchase Intention</i> melalui <i>E-Trust</i> .....	151
4.4.19.	Pembahasan Hubungan antara <i>E-Service Quality</i> dan <i>E-WOM</i> melalui <i>E-Trust</i> .....	152
4.4.20.	Pembahasan Hubungan antara <i>E-Service Quality</i> dan <i>Site Revisit</i> melalui <i>E-Trust</i> .....	153
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>154</b>
5.1.	Kesimpulan.....	154

5.2. Saran .....	157
5.2.1. Saran Praktis .....	157
5.2.2. Saran Teoritis .....	160
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>161</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>172</b>