

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan.....	4
1.4 Batasan Masalah dan Asumsi Penelitian.....	4
1.5 Kontribusi.....	5
1.5.1 Kontribusi Keilmuan.....	5
1.5.2 Kontribusi pada Aplikasi ITTS-Mart.....	5
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	6
2.1 Kajian Penelitian Terkait.....	6
2.2 ITTS Mart.....	26
2.3 Definisi <i>E-Commerce</i>	27
2.5 Definisi <i>E-Servqual</i> dan Uji GAP.....	28
2.5.1 <i>E-Servqual</i>	28
2.5.2 Uji GAP.....	29
2.6 Definisi <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	30
2.7 Definisi Loyalitas.....	32
2.8 Definisi <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	32

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	34
3.1 Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	35
3.1.1 Studi Lapangan.....	35
3.1.2 Rumusan Masalah.....	35
3.2 Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	36
3.2.1 Studi Literatur.....	36
3.2.2 Model Konseptual.....	36
3.2.3 Penyusunan Alat Ukur.....	43
3.2.4 Uji Validitas dan Uji Realibilitas.....	44
3.2.5 Pengumpulan Data.....	45
3.2.6 Pengolahan Data.....	47
3.3 Analisis Data dan Kesimpulan.....	50
3.3.1 Analisis data.....	50
3.3.2 Kesimpulan dan Saran.....	51
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Pengumpulan Data dan Analisis Statistika Deskriptif.....	52
4.2 Hasil dan Analisis <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI), Uji GAP, dan <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM).....	57
4.3 Hasil dan Analisis Model Configural.....	62
4.3.1 Hasil dan Analisis Uji Kesesuaian Model Configural.....	62
4.3.2 Hasil dan Analisis Uji Kesesuaian Model Struktural.....	65
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....	82
5.1 Simpulan.....	82
5.2 Saran.....	82