

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Logo Perusahaan	2
1.1.3 Visi, Misi, dan Tujuan Perusahaan	2
1.1.4 Nilai-nilai Utama Perusahaan	3
1.1.5 Layanan Perusahaan.....	3
1.2 Latar Belakang Penelitian	5
1.3 Rumusan Masalah	30
1.4 Tujuan Penelitian.....	30
1.5 Kegunaan Penelitian.....	30
1.5.1 Aspek Teoritis.....	30
1.5.2 Aspek Praktis.....	31
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	31
1.7 Sistematika Penulisan	31

BAB II TINJAUAN PUSTAKA	32
2.1 Landasan Teori	32
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	32
2.1.2 Pemasaran Digital	32
2.1.3 Bauran Pemasaran	33
2.1.4 Pemasaran	34
2.1.5 Generasi Z	35
2.1.6 Harga	35
2.1.7 Dimensi Harga	37
2.1.8 E-Kualitas Layanan (<i>E-Service Quality</i>).....	37
2.1.9 Dimensi E-Kualitas Layanan (<i>E-Service Quality</i>)	38
2.1.10 E-Kepuasan (<i>E-Satisfaction</i>).....	39
2.1.11 Dimensi E-Kepuasan (<i>E-Satisfaction</i>)	39
2.1.12 Hubungan Harga terhadap E-Kepuasan	40
2.1.13 Hubungan E-Kualitas Layanan terhadap E-Kepuasan	41
2.2 Penelitian Terdahulu.....	42
2.3 Kerangka Pemikiran.....	53
2.4 Hipotesis Penelitian.....	54
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	55
BAB III METODE PENELITIAN	56
3.1 Jenis Penelitian.....	56
3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran	56
3.2.1 Variabel Operasional	56
3.2.2 Skala Pengukuran.....	61
3.3 Tahapan Penelitian	62
3.4 Populasi dan Sampel	63
3.4.1 Populasi.....	63

3.4.2 Sampel.....	63
3.5 Teknik Pengumpulan Data	65
3.5.1 Data Primer	65
3.5.2 Data Sekunder	65
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	65
3.6.1 Uji Validitas.....	65
3.6.2 Uji Reliabilitas	68
3.7 Teknik Analisis Data	69
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	69
3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	70
3.8 Uji Asumsi Klasik	70
3.8.1 Uji Normalitas.....	70
3.8.2 Uji Multikolinearitas	71
3.8.3 Uji Heteroskedasitas.....	71
3.9 Pengujian Hipotesis.....	71
3.9.1 Uji t (Parsial).....	72
3.9.2 Uji F (Simultan)	73
3.9.3 Koefisien Determinasi.....	73
3.9.4 Sumbangan Efektif & Relatif.....	74
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	75
4.1 Pengumpulan Data	75
4.2 Karakteristik Responden	75
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	76
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	76
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	77
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	78
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	78

4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan.....	79
4.3 Hasil Penelitian	80
4.3.1 Analisis Deskriptif.....	80
4.3.2 Uji Asumsi Klasik	94
4.3.2.1 Uji Normalitas	94
4.3.2.2 Uji Multikolinearitas	96
4.3.2.3 Uji Heteroskedasitas.....	97
4.3.3 Uji Analisis Regresi Linier Berganda	98
4.3.4 Uji Hipotesis	99
4.3.4.1 Hasil Uji t	99
4.3.4.2 Hasil Uji F.....	101
4.3.4.3 Koefisien Determinasi.....	103
4.3.4.4 Sumbangan Efektif & Relatif.....	103
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	105
4.4.1 Analisis Harga, E-Kualitas Layanan, dan E-Kepuasan Shopeefood pada Generasi Z	105
4.4.2 Analisis Pengaruh Harga terhadap E-Kepuasan Pelanggan Shopeefood pada Generasi Z.....	106
4.4.3 Analisis Pengaruh E-Kualitas Layanan terhadap E-Kepuasan Pelanggan Shopeefood pada Generasi Z	107
4.4.4 Analisis Pengaruh Harga dan E-Kualitas Layanan terhadap E-Kepuasan Pelanggan Shopeefood pada Generasi Z.....	108
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	109
5.1 Kesimpulan	109
5.2 Saran.....	110
5.2.1 Saran Praktis	110
5.2.2 Saran Teoritis.....	111

DAFTAR PUSTAKA.....	113
LAMPIRAN.....	119