

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----|
| DAFTAR ISI | i |
| DAFTAR GAMBAR..... | iii |
| DAFTAR TABEL | iv |
| BAB I..... | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian | 1 |
| 1.1.1. Profil Perusahaan..... | 1 |
| 1.1.2. Visi dan Misi Perusahaan..... | 2 |
| 1.2. Latar Belakang Penelitian | 2 |
| 1.3. Rumusan Masalah | 10 |
| 1.4. Tujuan Penelitian | 10 |
| 1.5. Kegunaan Penelitian | 10 |
| 1.5.1 Manfaat Teoritis | 10 |
| 1.5.2 Manfaat Praktis | 10 |
| 1.6. Sistematika Penulisan | 11 |
| BAB II | 12 |
| TINJAUAN PUSTAKA | 12 |
| 2.1. Tinjauan Pustaka | 12 |
| 2.1.1 Digital Maketing | 12 |
| 2.1.2 E-Service Quality | 13 |
| 2.1.3 E-Satisfaction | 15 |
| 2.1.4 Repurchase Intention..... | 16 |
| 2.2. Penelitian Terdahulu | 17 |
| 2.3. Kerangka Pemikiran..... | 26 |
| 2.4. Hipotesis Penelitian..... | 26 |
| BAB III..... | 27 |
| METODE PENELITIAN | 27 |
| 3.1 Jenis Penelitian..... | 27 |
| 3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran..... | 27 |
| 3.2.1 Variabel Operaional | 27 |
| 3.2.2 Skala Pengukuran..... | 32 |
| 3.3 Tahapan Penelitian..... | 33 |
| 3.4 Populasi dan Sampel | 33 |
| 3.4.1 Populasi | 33 |

| | |
|--|----|
| 3.4.2 Sampel..... | 33 |
| 3.5 Pengumpulan Data | 35 |
| 3.5.1 Sumber Data..... | 35 |
| 3.5.2 Teknik Pengumpulan Data | 35 |
| 3.6 Teknik Analisis Data..... | 35 |
| 3.6.1 Uji Deskriptif..... | 35 |
| 3.6.2 Model Pengukuran (Outer Model) | 36 |
| 3.6.3 Model struktural (inner model) | 37 |
| 3.7. Alat Analisis..... | 38 |
| BAB IV | 39 |
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 39 |
| 4.1 Deskripsi Objek Penelitian | 39 |
| 4.2 Analisis Data..... | 40 |
| 4.3 Pembahasan..... | 48 |
| BAB V | 51 |
| PENUTUP | 51 |
| 4.1 Kesimpulan | 51 |
| 4.2 Saran | 51 |
| Daftar Pustaka..... | 53 |
| LAMPIRAN | 60 |