

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR ORISINALITAS	ii
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang	2
1.3 Rumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Manfaat Penelitian	12
1.5.1 Manfaat Teoritis	12
1.5.2 Manfaat Praktis	12
1.6 Batasan dan Asumsi Tugas Akhir	13
1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	14
BAB II LANDASAN TEORI.....	16
2.1 Literatur.....	16
2.1.1 <i>Marketing Management</i>	16

2.1.2	<i>Expectation Disconfirmation Theory (EDT)</i>	17
2.1.3	<i>Servqual Model</i>	19
2.1.4	<i>Consumer Behavior</i>	20
2.1.5	Konsep <i>Service Quality</i>	24
2.1.6	Konsep <i>Customer Satisfaction</i>	28
2.1.7	Konsep <i>E-Customer Trust</i>	32
2.1.8	Konsep <i>E-Loyalty</i>	36
2.1.9	Penelitian Terdahulu	42
2.2	Kerangka Pemikiran.....	50
2.3	Hipotesis Penelitian.....	50
BAB III METODE PENYELESAIAN MASALAH		52
3.1	Sistematika Penyelesaian Masalah.....	52
3.1.1	Operasionalisasi Variabel.....	53
3.1.2	Tahapan Penelitian	58
3.1.3	Populasi dan Sampel	60
3.1.3.1	Populasi	60
3.1.3.2	Sampel.....	60
3.1.4	Pengumpulan Data dan Sumber data	61
3.1.4.1	Data Primer	61
3.1.4.2	Data Sekunder	62
3.1.5	Uji Validitas dan Reliabilitas	62
3.1.5.1	Uji Validitas	62
3.1.5.2	Uji Reliabilitas	64

3.1.6	Teknik Analisis Data.....	65
3.1.6.1	Analisis Deskriptif	65
3.1.6.2	Structural Equation Modeling (SEM)	68
3.1.6.3	Partial Least Square (PLS).....	68
3.1.7	Uji Hipotesis	76
3.1.8	Uji Mediasi.....	76
BAB IV PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS HASIL		77
4.1	Pengumpulan Data	77
4.1.1	Karakteristik Responden	77
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	78
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	79
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Provinsi	80
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	82
4.2	Pengolahan Data.....	83
4.3	Verifikasi Hasil	83
4.3.1	Analisis Deskriptif	83
4.3.1.1	Tanggapan Responden Terhadap <i>Service quality</i>	83
4.3.1.2	Tanggapan Responden Terhadap <i>Customer satisfaction</i>	85
4.3.1.3	Tanggapan Responden Terhadap <i>E-customer trust</i>	87
4.3.1.4	Tanggapan Responden Terhadap <i>E-loyalty</i>	89
4.3.2	Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> berbasis <i>Partial Least Square</i> (SEM-PLS).....	90
4.3.2.1	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	90
4.3.2.2	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	95

4.4	Analisis Penyelesaian Masalah	98
4.4.1	Hasil Uji Hipotesis	99
4.4.2	Hasil Uji Mediasi	103
4.5	Implikasi Tugas Akhir.....	105
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		106
5.1	Kesimpulan	106
5.2	Saran.....	107
DAFTAR PUSTAKA		109
LAMPIRAN.....		123