

## DAFTAR ISI

COVER .....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRACT .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
BAB I .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Sistematika Penulisan .....	14
BAB II.....	16
2.1 Landasan Teori .....	16
2.1 Variabel Penelitian .....	18
2.2.1 Kualitas Layanan Elektronik (Electronic-Service Quality) .....	18
2.2.2 Nilai Pakai ( <i>Value in Use</i> ).....	21
2.2.3 Reputasi Online ( <i>Online Reputation</i> ).....	22
2.2.4 Loyalitas Konsumen ( <i>E- Loyalty</i> ).....	23
2.3 Hubungan antar Variabel .....	24
2.3.1 Hubungan E-Service Quality dengan Value in Use.....	24
2.3.2 Hubungan Value in Use dengan E-Loyalty.....	25
2.3.3 Hubungan Value in Use dengan Online Reputation .....	27
2.3.4 Hubungan Online Reputation dengan E-Loyalty .....	28
2.4 Kerangka Pemikiran .....	29
BAB III .....	31

3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	31
3.1.1	Variabel Penelitian.....	31
3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	32
3.2	Populasi dan Sampel.....	39
3.2.1	Populasi.....	39
3.2.2	Sampel.....	39
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	40
3.3.1	Jenis Data.....	40
3.3.2	Sumber Data.....	40
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	41
3.4.1	Kuesioner.....	41
3.4.2	Observasi.....	42
3.4.3	Studi Kepustakaan.....	42
3.5	Metode Analisis.....	42
3.6	Analisis Univariat.....	43
3.6.1	Analisis Multivariat.....	43
BAB IV	.....	51
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	51
4.2	Analisis SEM.....	73
4.2.1	Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA).....	74
4.2.2	Uji Struktural.....	95
4.2.3	Pengujian Hipotesis.....	108
4.2.4	Analisis Direct Effect, Indirect Effect, dan Total Effect.....	110
4.3	Intepretasi Hasil.....	112
4.3.1	Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik terhadap Nilai Pakai.....	112
4.3.2	Pengaruh Nilai Pakai terhadap Loyalitas Konsumen.....	113
4.3.3	Pengaruh Nilai Pakai terhadap Reputasi Online.....	114
4.3.4	Pengaruh Reputasi Online terhadap Loyalitas Konsumen.....	114
BAB V	.....	116
5.1	Ringkasan Penelitian.....	116
5.2	Kesimpulan atas Diterimanya Hipotesis.....	117
5.3	Kesimpulan masalah penelitian.....	119
5.4	Implikasi Teoritis.....	120

5.5 Implikasi Manajerial.....	121
5.6 Keterbatasan .....	123
5.7 Saran .....	123
DAFTAR PUSTAKA .....	125
LAMPIRAN A .....	130