

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian	16
1.4 Kegunaan Penelitian.....	16
1.5 Sistematika Penulisan.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
2.1 Landasan Teori.....	19
2.1.1 Teori Tindakan Beralasan (Theory od Reason Action).....	19
2.1.2 Technology Acceptance Model (TAM)	20
2.2 Variabel Penelitian	21
2.2.1 Loyalitas Konsumen.....	21
2.2.2 Kepuasan Konsumen	24
2.2.3 Kemudahan Penggunaan	27
2.2.4 Persepsi Harga.....	29
2.2.5 Kualitas Layanan Elektronik.....	31
2.2.6 Persepsi Manfaat	33
2.3 Penelitian Terdahulu	35

2.4	Kerangka Pemikiran.....	41
2.5	Pengembangan Hipotesis.....	42
2.5.1	Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Konsumen .	42
2.5.2	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen	43
2.5.3	Kualitas Layanan Elektronik terhadap Kepuasan Konsumen.....	44
2.5.4	Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Kepuasan Konsumen.....	45
2.5.5	Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen	46
BAB III METODE PENELITIAN.....		48
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	48
3.1.1	Variabel Penelitian	48
3.1.2	Definisi Operasional.....	49
3.2	Populasi dan Sampel	51
3.2.1	Populasi.....	51
3.2.2	Sampel	51
3.3	Jenis dan Sumber Data	52
3.3.1	Data Primer	52
3.3.2	Data Sekunder	53
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	53
3.5	Metode Analisis	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		63
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	63
4.1.1	Deskripsi Umum Perusahaan.....	63
4.1.2	Deskripsi Umum Responden	64
4.1.3	Analisis Indeks Jawaban Responden.....	69
4.2	Analisis Sem	75
4.2.1	Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA).....	76
4.2.2	Uji Struktural atau Uji Asumsi SEM.....	88
4.2.3	Pengujian Hipotesis.....	102
4.2.4	Analisis Direct Effect, Indirect Effect, dan Total Effect	105
4.3	Interpretasi Hasil	107
4.3.1	Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Konsumen	107
4.3.2	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen	109

4.3.3	Kualitas Layanan Elektronik terhadap Kepuasan Konsumen.....	110
4.3.4	Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Kepuasan Konsumen.....	112
4.3.5	Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen	113
BAB V	PENUTUP	115
5.1	Kesimpulan	115
5.2	Implikasi Teoritis	118
5.3	Implikasi Manajerial	119
5.4	Keterbatasan Penelitian	123
5.5	Saran.....	124
DAFTAR PUSTAKA		125
LAMPIRAN-LAMPIRAN		130
LAMPIRAN A		131
LAMPIRAN B		136
LAMPIRAN C		144