

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.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Sistematika Penulisan	11
BAB II TELAAH PUSTAKA	13
2.1 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	13
2.2 Loyalitas Pelanggan	14
2.3 Kepuasan	16
2.4 Kepercayaan.....	19
2.5 Desain Situs Web	23
2.6 Efisiensi Pengiriman	26
2.7 Persepsi Privasi	29
2.8 Kerangka Penelitian	32
2.9 Hipotesis Penelitian.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Variabel Penelitian	34
3.2 Populasi dan Sampel	37
3.2.1 Populasi	37
3.2.2 Sampel.....	37
3.3 Jenis dan Sumber Data	38
3.4 Metode Pengumpulan Data	39
3.5 Uji Kelayakan Kuesioner	40

3.5.1 Uji Semantik.....	40
3.5.1.1 Uji Indikator Variabel	40
3.5.1.2 Uji Semantik Indikator Hipotesis	44
3.5.2 Uji Statistik.....	51
3.5.2.1 Uji Validitas	51
3.5.2.2 Uji Reliabilitas.....	53
3.6 Teknik Analisis Data.....	54
3.6.1 Analisis SEM.....	54
3.6.2 Evaluasi Asumsi SEM.....	54
3.6.2.1 Uji Normalitas	54
3.6.2.2 Uji Outliers	55
3.6.2.3 Uji Multikolinearitas	55
3.6.2.4 Uji Indeks Hoetler	55
3.6.3 CFA (Confirmatory Factor Analysis).....	56
3.6.4 Analisis Full Model SEM.....	60
3.6.5 Evaluasi Kriteria Goodness of Fit	62
3.7 Uji Hipotesis.....	64
BAB IV HASIL DAN ANALISIS	66
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	66
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	66
4.1.2 Gambaran Umum Responden Penelitian	68
4.2 Evaluasi Asumsi SEM	70
4.2.1 Uji Normalitas	70
4.2.2 Uji Outliers	71
4.2.3 Uji Multikolinearitas	72
4.2.4 Uji Indeks Hoetler	72
4.3 Analisis Confirmatory Factor Analysis (CFA)	73
4.3.1 CFA Konstruk Eksogen.....	73
4.3.2 CFA Konstruk Endogen	76
4.4 Analisis Full Model.....	78
4.5 Uji Reliabilitas dan Validitas Konstruk	82
4.5.1 Uji Reliabilitas Konstruk.....	82
4.5.2 Uji Validitas Konstruk.....	84

4.6 Uji Hipotesis	84
4.6.1 H1: Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	86
4.6.2 H2: Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	86
4.6.3 H3: Pengaruh Desain Situs Web terhadap Kepuasan.....	87
4.6.4 H4 : Pengaruh Efisiensi Pengiriman terhadap Kepuasan.....	87
4.6.5 H5 : Pengaruh Persepsi Privasi terhadap Kepercayaan.....	88
BAB V PENUTUP	89
5.1 Kesimpulan Masalah Penelitian.....	89
5.2 Implikasi Teoritis	90
5.3 Implikasi Manajerial	93
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	96
5.5 Saran Penelitian Mendatang.....	96
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN A.....	106
LAMPIRAN B.....	113
LAMPIRAN C.....	121
LAMPIRAN D.....	134