

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRACT .....	v
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	9
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	9
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	9
1.4 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	12
2.1 Landasan Teori .....	12
2.1.1 Teori Technology Acceptance Model (TAM).....	12
2.1.2 Kualitas Informasi.....	14
2.1.3 Kemudahan Penggunaan.....	16
2.1.4 Kualitas Layanan .....	17
2.1.5 Kepuasan Pelanggan .....	19
2.1.6 Minat Menggunakan Ulang .....	20
2.2 Penelitian Terdahulu.....	21
2.3 Hipotesis Penelitian.....	26

2.3.1 Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	26
2.3.2 Pengaruh Kemudahan penggunaan Terhadap Kepuasan Pelanggan ....	27
2.3.3 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	28
2.3.4 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Menggunakan Ulang .	29
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>32</b>
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	32
3.1.1 Variabel Penelitian.....	32
3.1.2 Definisi Operasional Variabel .....	33
3.2 Populasi dan Sampel.....	37
3.2.1 Populasi.....	37
3.2.2 Sampel .....	38
3.2.3 Teknik Penentuan Ukuran Sampel .....	39
3.2.4 Teknik Penarikan Sampel .....	39
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	40
3.3.1 Data Primer.....	40
3.3.2 Data Sekunder.....	41
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	41
3.5 Teknik Analisis Data .....	43
3.5.1 Tahapan Analisis Structural Equation Modeling (SEM).....	44
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>48</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	48
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	48
4.1.2 Gambaran Umum Responden.....	52
4.1.3 Deskripsi Variabel Penelitian .....	55
4.2 Hasil Analisis Data .....	66
4.2.1 Hasil Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA) .....	67
4.2.2 Asumsi SEM.....	76
4.2.3 Hasil Uji Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung, dan Pengaruh Total.....	84
4.2.4 Hasil Uji Mediasi Variabel Intervening.....	87

4.2.5 Hasil Uji Hipotesis.....	90
4.3 Pembahasan .....	93
4.3.1 Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	93
4.3.2 Pengaruh Kemudahan penggunaan Terhadap Kepuasan Pelanggan ....	94
4.3.3 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	96
4.3.4 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Menggunakan Ulang.....	97
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>100</b>
5.1 Kesimpulan.....	100
5.2 Implikasi Teoritis.....	101
5.3 Implikasi Manajerial.....	102
5.4 Keterbatasan Penelitian .....	106
5.5 Saran bagi Penelitian Mendatang .....	106
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>108</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>111</b>