

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1 Bagi Peneliti.....	12
1.4.2 Bagi Perusahaan.....	12
1.5 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II.....	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Pemasaran.....	13
2.1.2 Strategi Pemasaran.....	13
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	16
2.1.4 <i>Electronic Service Quality</i>	17
2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	19
2.2.1 Konstruk Penelitian.....	20
2.3 Penelitian Terdahulu.....	24

BAB III	25
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	25
3.1.1 Variabel Penelitian	25
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	26
3.2 Populasi dan Sampel	28
3.2.1 Populasi.....	28
3.2.2 Sampel.....	28
3.3 Jenis dan Sumber Data	29
3.4 Metode Pengumpulan Data	30
3.5 Metode Analisis Data	32
3.5.1 Uji Validitas	32
3.5.2 Uji Reliabilitas	32
3.5.3 Uji Multikolinieritas.....	33
3.5.4 Uji Heterokedatisitas.....	33
3.5.5 Uji Normalitas.....	33
3.5.6 Analisis Regresi Linear Berganda.....	34
3.5.7 Uji F	35
3.5.8 Uji T	36
3.5.9 Koefisien Determinasi (R^2).....	36
BAB IV	38
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	38
4.2 Gambaran Umum Responden.....	39
4.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
4.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	40
4.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	41
4.3 Analisis Data	42
4.3.1 Uji Validitas	42
4.3.2 Uji Reliabilitas	43
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	44
4.3.4 Uji Regresi Linear Berganda.....	47
4.3.5 Pengujian Hipotesis.....	48

4.4	Interpretasi Hasil Output Regresi dan Pembahasan	51
4.4.1	Pengaruh <i>Efficiency</i> terhadap Kepuasan Konsumen.....	51
4.4.2	Pengaruh <i>Fulfillment</i> terhadap Kepuasan Konsumen	51
4.4.3	Pengaruh <i>System Availability</i> terhadap Kepuasan Konsumen.....	52
4.4.4	Pengaruh <i>Privacy</i> terhadap Kepuasan Konsumen	53
BAB V	54
5.1	Kesimpulan.....	54
5.1.1	Kesimpulan Masalah Penelitian.....	54
5.2	Implikasi Teoritis	55
5.3	Keterbatasan	56
5.4	Saran	57
5.4.1	Implikasi Kebijakan	57
5.4.2	Saran Penelitian yang Akan Datang.....	58
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	63