

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Kegunaan Penelitian.....	12
1.4.1 Kegunaan Teoritis	12
1.4.2 Kegunaan Praktis	12
1.5 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II.....	14
TELAAH PUSTAKA.....	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen.....	14
2.1.2 Electronic Word-of-Mouth (e-WOM).....	18
2.1.3 Kepuasan Pelanggan	18
2.1.4 Kualitas Produk.....	19
2.1.5 Kualitas Layanan Elektronik.....	20
2.1.6 Nilai yang Dirasakan Pelanggan	21
2.2 Penelitian Terdahulu.....	22
2.3 Pengembangan Hipotesis	25
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.....	25
2.3.2 Pengaruh Persepsi Nilai terhadap Kepuasan Pelanggan	26

2.3.3 Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik terhadap Kepuasan Pelanggan	26
2.3.4 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap <i>Electronic Word-of-Mouth</i> (e-WOM)	27
2.4 Kerangka Pemikiran.....	28
BAB III.....	29
METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	29
3.1.1 Variabel Independen (X)	29
3.1.2 Variabel Dependen (Y).....	30
3.1.3 Variabel Mediasi (Z)	30
3.1.4 Definisi Operasional Variabel	31
3.2 Populasi dan Sampel	33
3.2.1 Populasi	33
3.2.2 Sampel.....	33
3.3 Jenis dan Sumber Data	34
3.3.1 Data Primer	34
3.3.2 Data Sekunder	35
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	35
3.4.1 Studi Pustaka	35
3.4.2 Kuesioner	36
3.5 Metode Analisis Data	36
3.5.1 Pengembangan Model Berdasarkan Teori.....	37
3.5.2 Menyusun Diagram Jalur (Path Diagram)	38
3.5.3 Mengubah Diagram Jalur Menjadi Persamaan Struktural	38
3.5.4 Memilih Jenis atau Tipe Matriks Input dan Estimasi Model yang Diusulkan	39
3.5.5 Menilai Identifikasi Model Struktural.....	39
3.5.6 Mengevaluasi Atau Menilai Kriteria <i>Goodness of Fit</i>	40
3.5.7 Interpretasi dan Modifikasi Model.....	44
BAB IV	46
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	46
4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	46
4.1.2 Gambaran Umum Responden	46

4.2 Asumsi SEM (Structural Equation Model)	50
4.2.1 Uji Validitas	51
4.2.2 Uji Reabilitas	52
4.2.3 Uji Normalitas	55
4.2.4 Uji Outlier	57
4.2.5 Uji Multicollinearity dan Singularity	58
4.2.6 Evaluasi Nilai Residual	58
4.3 Analisis Data	59
4.3.1 Uji <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	59
4.3.3 Uji Pengaruh langsung, Tidak Langsung, dan Total	64
4.4 Pengujian Hipotesis.....	66
4.5 Pembahasan Uji Hipotesis.....	67
4.5.1 Hubungan antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan	67
4.5.2 Hubungan antara Persepsi Nilai terhadap Kepuasan Pelanggan.....	68
4.5.3 Hubungan antara Kualitas Layanan Elektronik terhadap Kepuasan Pelanggan	69
4.5.4 Hubungan antara Kepuasan Pelanggan terhadap Electronic Word-of-Mouth (e-WOM)	71
BAB V	73
PENUTUP	73
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Implikasi Teoritis.....	75
5.3 Implikasi Manajerial	76
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	78
5.5 Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	83
A. IDENTITAS RESPONDEN	84
B. PERTANYAAN-PERTANYAAN	85