

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.4 Sistematika Penulisan Penelitian	14
BAB II TELAAH PUSTAKA	17
2.1 <i>Expectation Confirmation Model</i>	17
2.2 <i>Perceived Enjoyment</i>	19
2.3 <i>Perceived Usefulness</i>	21
2.4 <i>Customer Engagement</i>	22
2.5 <i>Customer Satisfaction</i>	23
2.6 <i>Continuance Intention</i>	24
2.7 Penelitian Terdahulu	27
2.8 Hubungan Antar Variabel	31
2.9 Kerangka Pemikiran	47
BAB III METODE PENELITIAN	48
3.1 Definisi Operasional Variabel	48
3.2 Populasi dan Sampel	50
3.3 Jenis dan Sumber Data	52
3.4 Metode Pengumpulan Data	53
3.5 Teknik Analisis Data	54
3.6 Analisis Deskriptif	55
3.7 Model Pengukuran (Outer Model)	55
3.8 Model Struktural (Inner Model)	57

3.9 Uji Hipotesis	60
BAB IV ANALISIS DATA	62
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	62
4.2 Deskripsi Data Responden	63
4.3 Proses dan Hasil Analisis Data	65
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	86
BAB V KESIMPULAN	100
5.1 Kesimpulan	100
5.2 Implikasi Teoritis	102
5.3 Implikasi Manajerial	105
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	107
5.5 Saran untuk Penelitian Mendatang.....	108
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN	118

FEB UNDIP