

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Sistematika Penulisan	11
BAB II Tinjauan Pustaka	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Komunikasi Pemasaran	13
2.1.2 E-Commerce	14
2.1.3 Loyalitas Pelanggan	18
2.1.4 Perceived Value	24
2.1.5 Promosi.....	25
2.1.6 Kualitas Website	29
2.1.7 Kualitas Layanan	32
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	34
2.2.1 Hubungan Promosi dengan Perceived Value	34
2.2.2 Hubungan Kualitas Website dengan Perceived Value.....	35
2.2.3 Hubungan Kualitas Layanan dengan Perceived Value	36

2.2.4 Hubungan Perceived Value terhadap Loyalitas Pelanggan.....	37
2.3 Penelitian Terdahulu.....	38
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	44
2.5 Hipotesis	45
BAB III METODE PENELITIAN.....	47
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	47
3.1.1 Variabel Penelitian.....	47
3.1.2 Definifi Operasional.....	48
3.2 Populasi, Sampel, Teknik Penentuan Ukuran Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	50
3.2.1 Populasi	50
3.2.2 Sampel.....	50
3.2.3 Teknik Penentuan Ukuran Sampel.....	51
3.2.4 Teknik Pengambilan Sampel	51
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	52
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.5 Teknik Analisis Data	53
3.5.1 Analisis Kuantitatif	53
3.5.2 Analisis SEM	53
BAB IV HASIL DAN ANALISIS	58
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	58
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	58
4.1.2 Gambaran Umum Responden Penelitian	59
4.2 Analisis Data.....	63
4.2.1 Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA)	63
4.2.2 Uji <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA) Variabel Eksogen.....	63
4.2.3 Uji <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA) Variabel Endogen	66
4.2.4 Analisis Full Model.....	68
4.2.5 Asumsi SEM.....	70
4.3 Uji Hipotesis dan Pembahasan.....	77
4.3.1 Uji Hipotesis	77
4.3.2 Pembahasan	79

BAB V PENUTUP	84
5.1 Kesimpulan	84
5.2 Implikasi Teoritis	87
5.3 Implikasi Manajerial.....	90
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	94
5.5 Saran untuk Penelitian Mendatang	94
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN A KUESIONER PENELITIAN	102
LAMPIRAN B TABULASI DATA RESPONDEN	106
LAMPIRAN C HASIL OLAH DATA	111