

## DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Sertifikasi .....	ii
Halaman Pengesahan Tesis .....	iii
Halaman Motto.....	iv
<i>Abstract</i> .....	v
Abstrak .....	vi
Kata Pengantar .....	vii
Daftar Isi.....	ix

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	10
1.4 Sistematika Penulisan .....	11

### **BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL**

2.1 Telaah Pustaka .....	13
2.1.1 <i>E-commerce</i> .....	13
2.1.2 <i>B2C E-Commerce</i> .....	14
2.1.3 <i>E-Service Quality</i> .....	14
2.1.4 Kemudahan dalam Penggunaan ( <i>Ease of Use</i> ) .....	16
2.1.5 Desain Situs Web ( <i>Web Design</i> ) .....	17
2.1.6 Ketanggapan ( <i>Responsiveness</i> ) .....	18
2.1.7 Kustomisasi / Personalisasi ( <i>Customization</i> ) .....	18
2.1.8 Jaminan ( <i>Assurance</i> ) .....	19
2.1.9 Kepuasan Pelanggan ( <i>Customer Satisfaction</i> ) .....	20
2.1.10 Minat Beli Ulang ( <i>Repeat Purchase Intentions</i> ).....	21
2.2 Model dan Hipotesis .....	22
2.2.1 Model .....	22

2.2.2 Hipotesis.....	23
2.3 Penelitian Terdahulu .....	24

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Jenis dan Sumber Data.....	25
3.1.1 Data Primer .....	25
3.1.2 Data Sekunder .....	25
3.2 Populasi dan Sampel .....	25
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	26
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	28
3.5 Teknik Analisis .....	29
3.5.1 Konversi Path ke Persamaan.....	31
3.5.2 Memilih Input Matriks dan Estimasi Korelasi.....	34
3.5.3 Kriteria <i>Goodness of Fit</i> .....	35
3.5.4 Interpretasi Model .....	37
3.6 Simpulan Bab.....	37

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Karakteristik Responden.....	38
4.1.1 Jenis Kelamin Responden .....	38
4.1.2 Usia Responden .....	39
4.1.3 Pendidikan Responden.....	39
4.2 Analisis Kuantitatif .....	40
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	40
4.2.2 Persamaan <i>Structural Equation Modelling</i> dan Pengujian Hipotesis .....	46
4.2.3 <i>Indirect Effect Decomposition</i> .....	49
4.2.4 Pengujian Fit Model.....	51
4.3 Pembahasan.....	51
4.3.1 Pengaruh Kemudahan penggunaan terhadap Kepuasan pelanggan.	51
4.3.2 Pengaruh Desain situs terhadap Kepuasan pelanggan .....	52

4.3.3 Pengaruh Ketanggapan terhadap Kepuasan pelanggan .....	52
4.3.4 Pengaruh Kustomisasi terhadap Kepuasan pelanggan.....	53
4.3.5 Pengaruh Jaminan terhadap Kepuasan pelanggan .....	54
4.3.6 Pengaruh Kepuasan pelanggan terhadap Minat beli ulang .....	55

**BAB V KESIMPULAN**

5.1 Kesimpulan .....	56
5.2 Implikasi Kebijakan .....	59
5.2.1 Implikasi Teoritis .....	59
5.2.2 Implikasi Manajerial .....	61
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	63
5.4 Saran untuk Penelitian Mendatang.....	63

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>64</b>
-----------------------------	-----------