

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian.....	16
1.5 Sistematika Penelitian.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Landasan Teori.....	18
2.1.1 <i>E-Commerce</i> (Perdagangan Elektronik).....	18
2.1.2 <i>Website Service Quality</i> (Kualitas Layanan Situs Web).....	19
2.1.3 <i>Customer Service</i> (Layanan Pelanggan).....	20
2.1.4 <i>Fulfillment</i> (Pemenuhan).....	21
2.1.5 <i>E-Satisfaction</i>	22
2.1.6 <i>Repurchase Intention</i> (Minat Pembelian Ulang).....	23

2.2 Pengaruh Antar Variable.....	24
2.2.1 Pengaruh <i>Website Service Quality</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i>	24
2.2.2 Pengaruh <i>Customer Service</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i>	26
2.2.3 Pengaruh <i>Fulfillment</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i>	27
2.2.4 Pengaruh <i>E-Satisfaction</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	28
2.3 Penelitian Terdahulu	29
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	32
BAB III METODEODOLOGI PENELITIAN	33
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	33
3.1.1 Variabel Penelitian.....	33
3.1.2 Definisi Operasional	34
3.2 Populasi dan Sampel.....	37
3.2.1 Populasi.....	37
3.2.2 Sampel.....	37
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	38
3.3.1 Data Primer	38
3.3.2 Data Sekunder	39
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	39
3.4.1 Kuesioner	39
3.4.2 Studi Pustaka	40
3.5 Metode Analisis Data	40
3.5.1 Tahapan Analisis <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	41
3.5.1.1 Pengembangan Model Berdasar Teori.....	41
3.5.1.2 Menyusun Diagram Jalur dan Persamaan Struktural.....	41
3.5.1.3 Memilih Jenis Input Matriks dan Estimasi Model yang Diusulkan	42
3.5.1.4 Menilai Identifikasi Model Struktural	42

3.5.1.5 Menilai Kriteria <i>Goodness of Fit</i>	43
3.5.1.6 Interpretasi dan Modifikasi Model	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	45
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	45
4.1.2 Gambaran Umum Responden	46
4.1.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
4.1.2.2 Responden Berdasarkan Usia	47
4.1.2.3 Responden Berdasarkan Domisili.....	48
4.1.2.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
4.1.2.5 Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan.....	51
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	52
4.2.1 Analisis Deskripsi Variabel Website Service Quality.....	53
4.2.2 Analisis Deskripsi Variabel Customer Service	56
4.2.3 Analisis Deskripsi Variabel Fulfillment	57
4.2.4 Analisis Deskripsi Variabel E-Satisfaction	60
4.2.5 Analisis Deskripsi Variabel Repurchase Intention	62
4.3 Uji Asumsi <i>Structural Equation Model</i> (SEM).....	64
4.3.1 Uji Normalitas Data	64
4.3.2 Uji Outlier	66
4.3.3 Uji Multikolinearitas dan Singularity	67
4.3.4 Uji Nilai Residual	68
4.4 Uji Construct Reliability dan Variance Extracted	68
4.5 Analisis Faktor Konfirmatori	70
4.5.1 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen	70
4.5.2 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Endogen	72

4.6 Menilai Kriteria <i>Goodness of Fit</i> (Menguji Kelayakan Model).....	74
4.7 Uji Hipotesis.....	76
4.8 Analisis Direct Effects, Indirect Effects dan Total Effects.....	79
BAB V PENUTUP	82
5.1 Kesimpulan	82
5.2 Implikasi Teoritis.....	82
5.3 Implikasi Manajerial.....	84
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	88
5.5 Saran untuk Penelitian Berikutnya	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN A	101
LAMPIRAN B.....	110
LAMPIRAN C.....	118