

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAK .....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	8
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	8
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	9
1.3.2.1 Manfaat Teoritis .....	9
1.3.2.2 Manfaat Praktis .....	9
1.4 Sistematika Penulisan.....	10

BAB II TELAAH PUSTAKA .....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 <i>E-Service Quality</i> .....	11
2.1.2 <i>E-Service Quality</i> .....	14
2.1.3 <i>E- Trust</i> .....	16
2.1.4 Loyalitas Pelanggan ( <i>E-Loyalty</i> ).....	18
2.1.5 Kepuasan Pelanggan ( <i>E-Satisfaction</i> ).....	20
2.2 Penelitian Terdahulu .....	24
2.3 Perumusan Hipotesis .....	26
2.3.1 Pengaruh <i>E-Satisfaction</i> Terhadap <i>E-Loyalty</i> .....	26
2.3.2 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>E-Loyalty</i> .....	26
2.3.3 Pengaruh <i>E-Trust</i> Terhadap <i>E-Loyalty</i> .....	27
2.3.4 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>E-Satisfaction</i> .....	28
2.3.5 Pengaruh <i>E-Trust</i> Terhadap <i>E-Satisfaction</i> .....	29
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	32
3.1.1 Variabel Penelitian .....	32
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	34
3.2. Populasi dan Sampel .....	36
3.2.1 Populasi Penelitian .....	36
3.2.2 Sampel Penelitian.....	36



4.2.3	Memilih Matriks Input dan Estimasi Model .....	57
4.2.4	Hasil Uji <i>Confirmatory Factor Analysis</i> .....	58
4.2.5	Hasil Model Struktural .....	63
4.2.5.1	Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit</i> .....	66
4.2.5.2	Ukuran Sampel .....	66
4.2.5.3	Uji Normalitas Residual .....	67
4.2.5.4	Uji <i>Outliers</i> .....	68
4.2.5.5	Hasil Uji Multikolinieritas .....	69
4.2.5.6	Hasil Uji Residual .....	70
4.2.5.7	Hasil Reliabilitas dan <i>Variance Extract</i> .....	70
4.2.6	Hasil Pengujian Hipotesis .....	72
4.2.7	Analisis Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Total .....	74
4.3	Pembahasan .....	75
4.3.1	<i>E-satisfaction</i> Berpengaruh Positif Terhadap <i>E-Loyalty</i> .....	75
4.3.2	<i>E-Service Quality</i> Berpengaruh Positif Terhadap <i>E-Loyalty</i> .....	76
4.3.3.	<i>E-Trust</i> berpengaruh positif terhadap <i>E-Loyalty</i> .....	77
4.3.4	<i>E-Service Quality</i> berpengaruh positif terhadap <i>E-Satisfaction</i> .....	77
4.3.5	<i>E-trust</i> berpengaruh positif terhadap <i>E-Satisfaction</i> .....	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....		79
5.1	Kesimpulan .....	79
5.2	Implikasi Teoritis .....	80
5.3	Implikasi Manajerial .....	81

5.4 Keterbatasan Penelitian .....	81
5.5 Saran Untuk Penelitian Mendatang.....	82
DAFTAR PUSTAKA .....	83