

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
1.3.1 Tujuan Penelitian	9
1.3.2 Manfaat Penelitian	9
1.4 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TELAAH PUSTAKA	12
2.1 Pengembangan Variabel Penelitian.....	12
2.1.1 E-Commerce	12
2.1.2 Promosi	15
2.1.3 Kualitas Pelayanan	16
2.1.4 Kepercayaan.....	18
2.1.5 Kepuasan Pelanggan	19
2.1.6 Loyalitas Merek	21
2.2 Penelitian Terdahulu.....	24
2.3 Hubungan Antar Variabel	26
2.3.1 Pengaruh Antara Promosi Terhadap Loyalitas Merek.....	26
2.3.2 Pengaruh Antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	27
2.3.3 Pengaruh Antara Kepercayaan Terhadap Loyalitas Merek	28
2.3.4 Pengaruh Antara Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Merek	29
2.4 Kerangka Pemikiran Teoretis	30
2.5 Hipotesis Penelitian	31

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.....	32
3.2 Populasi dan Sampel	34
3.2.1 Populasi.....	34
3.2.2 Sampel.....	34
3.3 Jenis dan Sumber Data	35
3.4 Uji Instrumen.....	36
3.5 Uji Hipotesis dan Analisis Data	38
3.6 Teknik Analisis Data	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	44
4.2 Hasil Uji Instrumen	45
4.2.1 Hasil Uji Validitas.....	45
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	46
4.3 Analisis Profil Responden	48
4.3.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
4.3.2 Responden Berdasarkan Umur.....	49
4.3.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
4.4 Hasil Analisis Data.....	50
4.4.1 Uji Normalitas Data	50
4.4.2 Hasil Uji Outlier.....	51
4.4.3 Uji Multikolinieritas.....	54
4.4.4 Hasil Uji Nilai Residual	55
4.5 Analisis Faktor Konfirmatori	61
4.5.1 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen.....	61
4.5.2 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Endogen	64
4.5.3 Analisis Persamaan <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	66
4.6 Hasil Pengujian Hipotesis	69
4.7 Pembahasan	70
4.7.1 Pengaruh Variabel Promosi Terhadap Loyalitas Merek	70
4.7.2 Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	71
4.7.3 Pengaruh Variabel Kepercayaan Terhadap Loyalitas Merek.....	73

4.7.4	Pengaruh Variabel Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Merek	
	73	
BAB V	PENUTUP.....	75
5.1	Kesimpulan.....	75
5.2	Implikasi Teoritis	76
5.3	Implikasi Manajerial.....	77
5.4	Keterbatasan Penelitian	79
5.5	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	79
DAFTAR	PUSTAKA	81
LAMPIRAN	85