

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	9
DAFTAR GAMBAR	11
DAFTAR TABEL	13
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan RedDoorz	1
1.1.2 Produk dan Layanan RedDoorz	2
1.1.3 Profil Perusahaan Airyrooms	2
1.1.4 Produk dan Layanan Airyrooms	3
1.2 Latar Belakang Penelitian	4
1.3 Rumusan Masalah	18
1.4 Tujuan Penelitian	18
1.5 Kegunaan Penelitian	18
1.5.1 Kegunaan Teoritis	18
1.5.2 Kegunaan Praktis	18
1.6 Sistematika Penulisan	18
BAB II	20
TINJAUAN PUSTAKA	20
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	20
2.1.1 Pemasaran	20
2.1.2 Internet	21
2.1.3 E-Commerce	21
2.1.4 Website	22
2.1.5 WebQual	23
2.1.6 Importance Performance Analysis (IPA)	26
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.3 Kerangka pemikiran	40

2.4	Hipotesis Penelitian	43
2.5	Ruang lingkup Penelitian.....	43
2.5.1	Variabel dan Sub Variabel Penelitian.....	43
2.5.2	Lokasi dan Objek Penelitian	43
BAB III.....		44
METODE PENELITIAN.....		44
3.1	Jenis Penelitian	44
3.2	Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	44
3.2.1	Variabel Operasional.....	44
3.2.2	Skala Pengukuran	46
3.3	Tahapan Penelitian.....	47
3.4	Populasi dan Sampel Penelitian	48
3.4.1	Populasi	48
3.4.2	Sampel Penelitian	48
3.4.3	Teknik Sampling	49
3.5	Teknik Pengumpulan Data	50
3.5.1	Data.....	50
3.6	Uji Validitas danReliabilitas.....	51
3.6.1	Uji Validitas	51
3.6.2	Uji Reliabilitas	53
3.7	Teknik Analisis Data	55
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	55
3.7.2	Analisis Kesenjangan	58
3.7.3	Analisis Importance-Performance.....	58
3.7.4	Uji Beda Mann-Whitney U Test	60
BAB IV		61
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		61
4.1	Karakteristik Responden.....	61
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	62
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	63

4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	64
4.2.4 Analisis Kesenjangan (<i>gap</i>)	105
BAB V	128
KESIMPULAN DAN SARAN	128
5.1 Kesimpulan	128
5.2 Saran.....	128
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	129
5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya	130
Daftar Pustaka	131