

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	v
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2 Latar Belakang.....	4
1.3 Rumusan Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5 Kegunaan Penelitian.....	12
1.6 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Tinjauan Teori.....	15
2.1.1 Pemasaran.....	15
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	15
2.1.3 Bauran pemasaran (<i>marketing mix</i>).....	16
2.1.4 Jasa.....	18
2.1.5 Karakteristik Jasa.....	20
2.1.6 Kualitas Layanan.....	22
2.1.7 Kualitas Layanan Elektronik.....	23
2.1.8 Customer Satisfaction.....	25
2.1.9 E-Customer Satisfaction.....	25
2.2 Kerangka Pemikiran.....	44
2.3 Hipotesis Penelitian.....	45
2.4 Ruang Lingkup Penelitian.....	45

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	46
3.1 Jenis Penelitian.....	46
3.2 Variabel Penelitian dan Skala Pengukuran.....	46
3.2.1 Variabel Penelitian.....	46
3.3 Tahapan Penelitian.....	51
3.4 Populasi dan Sampel.....	52
3.4.1 Populasi.....	52
3.4.2 Sampel.....	53
3.4.3 Teknik Sampling.....	54
3.5 Pengumpulan Data.....	54
3.5.1 Sumber Data.....	54
3.5.2 Metode Pengumpulan Data.....	55
3.6 Uji Validitas dan Realibilitas.....	56
3.6.1 Uji Validitas.....	56
3.6.2 Uji Realibilitas.....	59
3.7 Teknik Analisis Data.....	60
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	60
3.7.2 <i>Method of Succesive Interval</i> (MSI).....	62
3.7.3 Analisis Regresi Berganda.....	63
3.8 Uji Asumsi Klasik.....	64
3.8.1 Uji Normalitas.....	64
3.8.2 Uji Multikolinearitas.....	64
3.8.3 Uji Heteroskedastisitas.....	64
3.9 Uji Hipotesis.....	65
3.9.1 Uji Signifikasi Parsial/ Uji t-statistik.....	65
3.9.2 Uji Signifikasi Serempak /Simultan (F-Test).....	66
3.9.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	67
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	69
4.1 Pembahasan Kuesioner.....	69
4.1.2 Usia Responden.....	70
4.1.3 Pekerjaan Responden.....	71

4.1.4	Pendapatan Responden.....	72
4.2	Hasil Penelitian.....	72
4.2.1	Analisis Deskriptif.....	73
4.3	Analisis Rergresi Berganda.....	86
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	88
4.4.1	Uji Normalitas.....	88
4.5	Uji Hipotesis.....	92
4.5.1	Uji Serempak (Uji F).....	92
4.5.2	Uji Signifikan Parsial (Uji T).....	93
4.6	Hasil Pembahasan.....	95
4.6.1	Pengaruh <i>Efficiency</i> Terhadap <i>E-Customer Satisfaction</i>	96
4.6.2	Pengaruh <i>Fulfillment</i> Terhadap <i>E- Customer Satisfaction</i>	97
4.6.3	Pengaruh <i>Privacy</i> Terhadap <i>E- Customer Satisfaction</i>	97
4.6.4	Pengaruh <i>Responsiveness</i> Terhadap <i>E- Customer Satisfaction</i>	98
4.6.5	Pengaruh <i>Contact</i> Terhadap <i>E- Customer Satisfaction</i>	98
4.6.6	Pengaruh <i>Design</i> Terhadap <i>E- Customer Satisfaction</i>	98
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	99
5.1	Kesimpulan.....	99
5.2	Saran.....	102
	DAFTAR PUSTAKA.....	105
	LAMPIRAN.....	108