

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	i
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Logo Perusahaan	2
1.1.3 Visi Misi Perusahaan	2
1.1.4 Layanan Perusahaan.....	3
1.2 Latar Belakang Penelitian	5
1.3 Rumusan Masalah	22
1.4 Tujuan Penelitian	23
1.5 Manfaat Penelitian	23
1.6 Sistematika Penulisan	24
1.7 Waktu dan Periode Penelitian	24
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	25

2.1	Tinjauan Pustaka	25
2.1.1	Manajemen Pemasaran.....	25
2.1.2	E-Commerce	25
2.1.3	Generasi Z	26
2.1.4	<i>E-Service Quality</i>	27
2.1.5	Dimensi <i>E-Service Quality</i>	27
2.1.6	Bauran Pemasaran.....	28
2.1.7	Promosi	29
2.1.8	Dimensi Promosi.....	29
2.1.9	Kepuasan Pelanggan	30
2.1.10	Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	31
2.1.11	Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan	32
2.1.12	Hubungan <i>E-Service Quality</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	33
2.1.13	Hubungan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan.....	34
2.1.14	Hubungan <i>E-service Quality</i> dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan	34
2.2	Penelitian Terdahulu	36
2.3	Kerangka Pemikiran.....	48
2.4	Hipotesis Penelitian.....	50
2.5	Ruang Lingkup Penelitian.....	51
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		52
3.1	Jenis Penelitian.....	52
3.2	Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran.....	52
3.2.1	Operasionalisasi Variabel.....	52

3.2.2	Skala Pengukuran.....	58
3.2.3	Tahapan Penelitian	59
3.3	Populasi dan Sampel	59
3.3.1	Populasi.....	59
3.3.2	Sampel.....	60
3.3.3	Teknik Sampling	61
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	62
3.5	Uji Validitas & Reliabilitas	62
3.5.1	Uji Validitas	62
3.5.2	Uji Reliabilitas	65
3.6	Teknik Analisis Data.....	66
3.6.1	Analisis Deskriptif	66
3.7	Uji Asumsi Klasik.....	68
3.7.1	Uji Normalitas.....	68
3.7.2	Uji Multikolinieritas.....	68
3.7.3	Uji Heterokedastisitas	69
3.8	Analisis Regresi Linear Berganda.....	69
3.9	Pengujian Hipotesis.....	70
3.9.1	Pengujian Hipotesis Simultan (Uji-F).....	70
3.9.2	Pengujian Hipotesis Parsial (Uji-t)	71
3.9.3	Koefisien Determinasi.....	72
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		73
4.1	Pengumpulan Data	73
4.2	Karakteristik Responden	73

4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	74
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pemesanan Per Minggu	75
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Total Pengeluaran Per Bulan	76
4.3	Hasil Penelitian	77
4.3.1	Analisis Deskriptif	77
4.3.2	Uji Asumsi Klasik.....	90
4.3.2.1	Uji Normalitas	90
4.3.2.2	Uji Multikolinearitas	93
4.3.2.3	Uji Heteroskedastisitas	94
4.3.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	95
4.3.4	Uji Hipotesis	96
4.3.4.1	Uji Parsial (Uji t).....	96
4.3.4.2	Uji Simultan (Uji F)	98
4.3.5	Koefisien Determinasi (R^2)	100
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian	101
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		104
5.1	Kesimpulan	104
5.2	Saran.....	105
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan	105
5.2.2	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	106
DAFTAR PUSTAKA		107
LAMPIRAN.....		111