

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Gambaran Umum Tokopedia	1
1.1.2 Produk Tokopedia	2
1.2 Latar Belakang	3
1.3 Rumusan Masalah	13
1.5 Tujuan Penelitian	16
1.6 Manfaat Penelitian	16
1.6.1 Manfaat Teoritis	16
1.6.2 Manfaat Praktis	17
1.7 Sistematika Penulisan	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	19
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	19
2.1.1 Pemasaran	19
2.1.2 Manajemen Pemasaran	19
2.1.3 <i>E-Commerce</i>	20
2.1.4 <i>Service Quality</i>	20
2.1.5 Dimensi <i>Service Quality</i>	20
2.1.6 <i>Customer Satisfaction</i>	21
2.2 Kerangka Pemikiran	26
2.3 Hipotesis	28

BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Jenis Penelitian	33
3.2 Variabel & Operasional Variabel	34
3.2.1 Variabel	34
3.2.2 Operasional Variabel.....	35
3.3 Skala Pengukuran	38
3.4 Tahapan Penelitian	39
3.5 Populasi dan Sampel.....	41
3.5.1 Populasi	41
3.5.2 Sampel	41
3.6 Pengumpulan Data dan Sumber Data	43
3.7 Uji Validitas dan Reabilitas.....	43
3.7.1 Uji Validitas	43
3.7.2 Uji Reliabilitas	45
3.8 Teknik Analisis Data	46
3.8.1 Analisis Deskriptif.....	46
3.8.2 <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	48
3.8.3 <i>Partial Least Square (PLS)</i>	49
3.8.4 <i>Outer Model</i>	49
3.8.5 <i>Inner Model</i>	51
3.8.6 <i>Goodness of Fit Test</i>	52
3.8.7 <i>Importance-Performance Map Analysis (IPMA)</i>	52
3.8.8 Uji Hipotesis	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
4.1 Karakteristik Responden.....	57
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Pertanyaan <i>Screening Question</i>	57
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	59
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	60

4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60
4.2	Hasil Penelitian	61
4.2.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	61
4.2.2	Uji <i>Outer Model</i>	73
4.2.3	Uji <i>Inner Model</i>	79
4.3	Uji Kecocokan Model.....	82
4.4	<i>Importance-Performance Map Analysis (IPMA)</i>	83
4.5	Uji Hipotesis (<i>Bootstrapping</i>).....	85
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian	88
4.5.1	Pembahasan Analisis Deskriptif.....	88
4.5.2	Pengaruh <i>Convinence</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	90
4.5.3	Pengaruh <i>Reliability</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	91
4.5.4	Pengaruh <i>Easy of Use</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	92
4.5.5	Pengaruh <i>Fulfillment</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	92
4.5.6	Pengaruh <i>Security</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	93
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		95
5.1	Kesimpulan	95
5.2	Kelemahan Penelitian	98
5.3	Saran	98
5.3.1	Saran Praktis	98
5.3.2	Saran Teoritis	100
DAFTAR PUSTAKA.....		103
LAMPIRAN.....		109