

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR GAMBAR.....	iii
DAFTAR TABEL	iv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1. Profil Perusahaan.....	1
1.1.2. Visi dan Misi Perusahaan.....	2
1.2. Latar Belakang Penelitian	2
1.3. Rumusan Masalah	10
1.4. Tujuan Penelitian	10
1.5. Kegunaan Penelitian	10
1.5.1 Manfaat Teoritis	10
1.5.2 Manfaat Praktis	10
1.6. Sistematika Penulisan	11
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Tinjauan Pustaka	12
2.1.1 Digital Maketing	12
2.1.2 E-Service Quality	13
2.1.3 E-Satisfaction	15
2.1.4 Repurchase Intention.....	16
2.2. Penelitian Terdahulu	17
2.3. Kerangka Pemikiran.....	26
2.4. Hipotesis Penelitian.....	26
BAB III.....	27
METODE PENELITIAN	27
3.1 Jenis Penelitian.....	27
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran.....	27
3.2.1 Variabel Operaional	27
3.2.2 Skala Pengukuran.....	32
3.3 Tahapan Penelitian.....	33
3.4 Populasi dan Sampel	33
3.4.1 Populasi	33

3.4.2 Sampel.....	33
3.5 Pengumpulan Data	35
3.5.1 Sumber Data.....	35
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data	35
3.6 Teknik Analisis Data.....	35
3.6.1 Uji Deskriptif.....	35
3.6.2 Model Pengukuran (Outer Model)	36
3.6.3 Model struktural (inner model)	37
3.7. Alat Analisis.....	38
BAB IV	39
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	39
4.2 Analisis Data.....	40
4.3 Pembahasan.....	48
BAB V	51
PENUTUP	51
4.1 Kesimpulan	51
4.2 Saran	51
Daftar Pustaka.....	53
LAMPIRAN	60