

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	18
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	19
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	19
1.3.2 Kegunaan Penelitian	20
1.4 Sistematika Penulisan	20
BAB II TELAAH PUSTAKA	22
2.1 Landasan Teori	22
2.1.1 Teori Technology Acceptance Model (TAM)	22
2.1.2 Kualitas Layanan Elektronik.....	24
2.1.3 Kepuasan Pelanggan.....	26
2.1.4 Kepercayaan.....	28
2.1.5 Persepsi Nilai	30
2.2 Penelitian Terdahulu	32
2.3 Pengaruh Antar Variabel.....	35
2.3.1 Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Kepuasan Pelanggan	35
2.3.2 Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Kepercayaan.....	36
2.3.3. Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Persepsi Nilai	37
2.3.4 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	38
2.3.5 Pengaruh Persepsi Nilai Terhadap Kepuasan Pelanggan	39

2.4 Kerangka Pemikiran	40
2.5 Hipotesis.....	40
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	41
3.1.1 Variabel Penelitian.....	41
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	43
3.2 Populasi dan Sampel.....	44
3.2.1 Populasi.....	44
3.2.2 Sampel.....	44
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	46
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	46
3.4.1 Studi Pustaka.....	47
3.4.2 Kuesioner	47
3.5 Metode Analisis Data.....	48
3.5.1 Pengembangan Model Berdasarkan Teori	49
3.5.2 Menyusun Diagram Jalur (Path Diagram).....	49
3.5.3 Mengubah Diagram Alur Menjadi Persamaan Struktural.....	50
3.5.4 Memilih Jenis atau Tipe Matriks Input Dan Estimasi Model yang Diusulkan	50
3.5.5 Menilai Identifikasi Model Struktural.....	51
3.5.6 Mengevaluasi atau Menilai Kriteria <i>Goodness-of-Fit</i>	51
3.5.7 Interpretasi dan Modifikasi Model	56
BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....	57
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	57
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	57
4.1.2 Gambaran Umum Responden	59
4.2 Asumsi SEM (<i>Structural Equation Model</i>).....	64
4.2.1 Uji Validitas.....	65
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	66
4.2.3 Uji Normalitas	68
4.2.4 Uji Outlier.....	69
4.2.5 Uji Multicollinearity serta Singularity	70
4.2.6 Evaluasi Nilai Residual.....	71

4.3 Analisis Data	72
4.3.1 Uji Confirmatory Factor Analysis.....	72
4.3.2 Analisis Full Model Structural Equation Model (SEM).....	75
4.3.3 Uji Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Total	77
4.4 Pengujian Hipotesis	80
4.5 Pembahasan Uji Hipotesis	84
4.5.1 Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik terhadap Kepuasan Pelanggan .	84
4.5.2 Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik terhadap Kepercayaan	84
4.5.3 Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Persepsi Nilai	85
4.5.4 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	86
4.5.5 Pengaruh Persepsi Nilai pada Kepuasan Pelanggan	86
BAB V PENUTUP	87
5.1 Simpulan	87
5.2 Implikasi Teoritis	89
5.3 Implikasi Manajerial	90
5.4 Keterbatasan Penelitian	92
5.5 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	93
DAFTAR PUSTAKA	95