

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	40
1.3 Tujuan Penelitian.....	42
1.4 Manfaat Penelitian.....	42
1.5 Sistematika Penulisan.....	43
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	45
2.1 Landasan Teori.....	45
2.1.1 Service Dominant Logic Theory.....	45
2.1.2 Kemudahan Penggunaan.....	48
2.1.3 Promosi Penjualan.....	50
2.1.4 Kualitas Pelayanan Elektronik.....	53
2.1.5 Kepuasan Pelanggan.....	55
2.1.6 Minat Beli Ulang.....	57
2.2 Telaah Pustaka Hipotesis.....	58
2.2.1 Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	58
2.2.2 Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	62
2.2.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Elektronik terhadap Kepuasan Pelanggan.....	65

2.2.4	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang.....	70
2.3	Kerangka Pemikiran .....	76
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>77</b>
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	77
3.1.1	Variabel Penelitian .....	77
3.1.2	Definisi Operasional Variabel dan Indikator Pengukuran.....	78
3.2	Populasi dan Sampel.....	80
3.2.1	Populasi .....	80
3.2.2	Sampel .....	80
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	82
3.3.1	Jenis Data .....	82
3.3.2	Sumber Data .....	82
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	83
3.4.1	Kuesioner.....	83
3.4.2	Observasi .....	84
3.4.3	Studi Kepustakaan.....	85
3.5	Uji Kelayakan Kuesioner .....	85
3.5.1	Uji Semantik.....	85
3.5.2	Uji Statistik.....	103
3.6	Metode Analisis Data .....	105
3.6.1	Analisis Kuantitatif.....	105
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>114</b>
4.1	Deskripsi Objek Penelitian .....	114
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	114
4.1.2	Gambaran Umum Responden .....	115
4.2	Analisis Data.....	117
4.2.1	Analisis Structural Equation Model (SEM) .....	117
4.2.2	Analisis Full Model .....	139
4.2.3	Asumsi SEM.....	144
4.3	Interpretasi Hasil.....	159

4.3.1	Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Pelanggan	159
4.3.2	Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Kepuasan Pelanggan....	160
4.3.3	Pengaruh Kualitas Pelayanan Elektronik terhadap Kepuasan Pelanggan .....	160
4.3.4	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang.....	162
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP</b> .....	<b>164</b>
5.1	Kesimpulan .....	164
5.2	Implikasi Manajerial.....	166
5.3	Keterbatasan Penelitian .....	172
5.4	Saran untuk Penelitian Mendatang.....	173
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		<b>174</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....		<b>187</b>

