

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
SAMPUL DALAM.....	iii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Rumusan Masalah.....	6
1.5 Tujuan Penelitian.....	7
1.6 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II Tinjauan Pustaka.....	8
2.1 Kajian Literatur.....	8
2.1.1 Teori Prilaku Pelanggan.....	8
2.1.2 Teori Persaingan Usaha.....	8
2.1.3 <i>Balance Scorecard</i>	10
2.1.3.1 Keunggulan <i>Balance Scorecard</i>	11
2.1.3.2 <i>The Balance scorecard Perspective</i>	12
2.1.4 <i>Bisnis Online</i>	15
2.1.5 <i>E-Commerce</i>	15
2.1.6 Perbedaan <i>Bisnis Online</i> Dengan <i>E-Commerce</i>	18
2.1.7 Kepuasan Pelanggan.....	20
2.1.8 Hubungan Kepuasan Pelanggan dan Kebutuhan.....	22
2.1.9 Kemampuan Penjualan.....	23
2.1.10 Distribusi Produk.....	24
2.1.11 Keberagaman Produk.....	25
2.1.12 Kualitas Informasi.....	26
2.1.13 Komitmen.....	27
2.2 Kajian Penelitian Terdahulu.....	27
2.3 Kerangka Pemikiran.....	31
2.4 Hipotesis Penelitian.....	31

BAB III Metodologi Penelitian.....	34
3.1 Desain Penelitian.....	34
3.2 Objek Penelitian.....	34
3.3 Tempat Dan Waktu Penelitian.....	34
3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	34
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.6 Definisi Dan Pengukuran Variabel.....	36
3.7 Uji Instrumen Penelitian dan Teknik Analisis Data.....	40
BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	44
4.1 Data Penelitian.....	44
4.2 karakteristik Responden.....	44
4.3 Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner.....	46
4.4 Analisis Hasil Penelitian.....	50
4.5 Uji Hosmer Dan Lemeshow Linier Berganda.....	64
4.6 Uji Asumsi Regresi Linier Berganda.....	64
4.7 Regresi Logistik Berganda Dan Linier Berganda.....	67
BAB V Kesimpulan Dan Saran.....	71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Implikasi.....	71
5.3 Keterbatasan dan Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....
LAMPIRAN.....