

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR GRAFIK	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah.....	4
1.2.1. Identifikasi Masalah.....	4
1.2.2. Pembatasan Masalah.....	5
1.3. Rumusan Masalah.....	5
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 <i>E-Commerce</i>	8
2.1.1. Kepuasan Pelanggan.....	10
2.1.2.1. Definisi Kepuasan Pelanggan.....	10
2.1.2.2. Faktor Kepuasan Pelanggan.....	11
2.1.3 Kualitas Produk.....	12
2.1.3.1. Definisi Kualitas Produk.....	12
2.1.3.2. Dimensi Kualitas Produk.....	14
2.1.4 <i>E-Service Quality</i>	15
2.1.4.1. Definisi <i>E-Service Quality</i>	15
2.1.4.2. Dimensi <i>E-Service Quality</i>	18
2.1.4.3. Mengukur Cara Penyampaian <i>Service Quality</i> Melalui <i>Website</i>	19
2.1.5 Harga.....	21
2.1.5.1. Definisi Harga.....	21
2.1.5.2. Tujuan Penetapan Harga.....	22
2.1.5.3. Faktor yang dipertimbangkan dalam penetapan harga secara <i>internal</i>	23
2.1.5.4. Faktor yang dipertimbangkan dalam penetapan harga secara eksternal.....	24
2.2. Hasil Penelitian terdahulu.....	24

2.3. Hubungan Antar Variabel.....	27
2.3.1. Hubungan antara Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan.....	27
2.3.2. Hubungan antara <i>E-Service Quality</i> dengan Kepuasan Pelanggan.....	27
2.3.3. Hubungan antara Harga dengan Kepuasan Pelanggan.....	28
2.4. Hipotesis.....	29
2.5. Model Penelitian.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1. Desain Riset.....	30
3.2. Jenis dan Sumber Data.....	30
3.2.1. Jenis Data.....	30
3.2.2. Sumber Data	30
3.3. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	31
3.3.1. Populasi	31
3.3.2. Sampel	31
3.3.3. Teknik Pengambilan Sampel	32
3.4. Unit Analisis	33
3.4.1. Teknik Pengumpulan Data	33
3.5. Definisi Operasional Variabel	34
3.6. Teknik Analisis Data	37
3.6.1. Uji Validitas	37
3.6.2. Uji Reliabilitas.....	38
3.6.3. Uji Asumsi Klasik	38
3.6.4. Uji Normalitas	39
3.6.5. Uji Multikoleniaritas.....	39
3.6.6. Uji Heteroskedastisitas	39
3.6.7. Analisis Regresi Linear Berganda	40
3.6.8. Pengujian Hipotesis	40
3.7.9. Uji t.....	40
3.7.10. Uji F.....	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	42
4.2. Analisis Karakter Responden	42
4.3. Deskripsi Variabel Penelitian	45
4.4. Teknik Analisis Data	47
4.4.1. Uji Validitas.....	47
4.4.1.1. Variabel Kualitas Produk.....	48
4.4.1.2. Variabel <i>E-Service Quality</i>	49
4.4.1.3. Variabel Harga.....	50
4.4.1.4. Variabel Kepuasan Pelanggan	51
4.4.2. Uji Reliabilitas.....	47
4.4.2.1. Variabel Kualitas Produk.....	48
4.4.2.2. Variabel <i>E-Service Quality</i>	50

4.4.2.3. Variabel Harga.....	51
4.4.2.4. Variabel Kepuasan Pelanggan.....	52
4.4.3. Uji Normalitas	52
4.4.4. Uji Multikoleniaritas.....	53
4.4.5. Uji Heteroskedastisitas	54
4.4.6. Uji Regresi Linear Berganda	55
4.4.7. Uji t.....	55
4.4.8. Uji F.....	57
4.5. Pembahasan	58
4.6. Temuan Penelitian	60
4.7. Keterbatasan Penelitian	61
BAB V SIMPULAN, SARAN DAN IMPLIKASI HASIL PENELITIAN	62
5.1. Simpulan.....	62
5.2. Saran	63
5.3. Implikasi Hasil Penelitian.....	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	68