

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN TEORITIK.....	12
2.1 Deskripsi Konseptual.....	12
2.1.1 <i>Repurchase Intention</i>	12
2.1.2 <i>E-Service Quality</i>	16
2.1.3 <i>Customer Experience</i>	21
2.1.4 <i>Customer Satisfaction</i>	28
2.2 <i>Review</i> Penelitian Terdahulu	34
2.3 Kerangka Teoritik.....	40

2.4	Perumusan Hipotesis	40
2.4.1	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	40
2.4.2	Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	41
2.4.3	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	42
2.4.4	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	43
2.4.5	Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	44
2.4.6	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	45
2.4.7	Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	46
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		48
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian	48
3.2	Metode Penelitian	48
3.3	Populasi dan Sampel.....	49
3.3.1	Populasi.....	49
3.3.2	Sampel	50
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	52
3.5	Operasional Variabel Penelitian	53
3.5.1	Variabel Dependen	53
3.5.2	Variabel Independen	53
3.5.3	Variabel <i>Intervening</i>	53
3.6	Skala Pengukuran	57
3.7	Teknik Analisis Data	58
3.7.1	Analisis Deskriptif	59
3.7.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	59

3.7.3	Uji Kesesuaian Model.....	60
3.7.4	Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	62
3.7.5	Uji Hipotesis	63
3.7.6	Model SEM.....	64
BAB IV PEMBAHASAN.....		65
4.1	Deskripsi Data	65
4.2	Analisis Data	70
4.2.1	Analisis Deskriptif	70
4.2.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	78
4.2.3	Uji Kesesuaian Model.....	80
4.2.4	<i>Full Model SEM</i>	85
4.2.5	Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	86
4.2.6	Pengujian Hipotesis	88
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		93
5.1	Kesimpulan.....	93
5.2	Implikasi.....	95
5.2.1	Implikasi Praktis	95
5.2.2	Implikasi Teoritis	96
5.3	Keterbatasan Penelitian	97
5.4	Saran Penelitian	98
5.4.1	Saran Praktis	98
5.4.2	Saran Teoritis	99
DAFTAR PUSTAKA		101
LAMPIRAN.....		106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Jumlah Pemakai Internet Global.....	2
Gambar 1.2 Data Alasan Utama Menggunakan Internet di Dunia	3
Gambar 2.1 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> dan <i>Customer Experience</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i> sebagai Variabel <i>Intervening</i>	40
Gambar 3.1 Diagram <i>Conceptual Full Model</i>	64
Gambar 4.1 Model <i>First Order Construct E-Service Quality</i>	81
Gambar 4.2 Model <i>First Order Construct Customer Experience</i>	82
Gambar 4.3 Model <i>First Order Construct Repurchase Intention</i>	84
Gambar 4.4 Model <i>First Order Construct Customer Satisfaction</i>	85
Gambar 4.5 <i>Full Model SEM</i>	86
Gambar 4.6 <i>T-Values SEM</i>	91

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Ulasan Negatif Konsumen Toko TAPAXCO Terhadap Layanan yang Diberikan.....	5
Tabel 2.1 Tabel <i>Review</i> Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian.....	54
Tabel 3.2 Tabel Skala Pengukuran.....	58
Tabel 3.3 <i>Goodness of Fit Indices</i>	62
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia	66
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Domisili	67
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	67
Tabel 4.5 Data Responden Berdasarkan Status Perkawinan.....	68
Tabel 4.6 Data Responden Berdasarkan Lama Penggunaan.....	68
Tabel 4.7 Data Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir	69
Tabel 4.8 Data Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	70
Tabel 4.9 Analisis Deskriptif <i>E-Service Quality</i>	71
Tabel 4.10 Analisis Deskriptif <i>Customer Experience</i>	73
Tabel 4.11 Analisis Deskriptif <i>Repurchase Intention</i>	75
Tabel 4.12 Analisis Deskriptif <i>Customer Satisfaction</i>	77
Tabel 4.13 Uji Validitas	78
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas	80
Tabel 4.15 <i>First Order Construct E-Service Quality</i>	81

Tabel 4.16 <i>First Order Construct Customer Experience</i>	82
Tabel 4.17 <i>First Order Construct Repurchase Intention</i>	83
Tabel 4.18 <i>First Order Construct Customer Satisfaction</i>	85
Tabel 4.19 Hasil Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	88
Tabel 4.20 Model Persamaan Struktural.....	91

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner.....	106
Lampiran 2 : Data Responden.....	114
Lampiran 3 : Hasil Output Uji Validitas (<i>Pearson Correlation</i>).....	116
Lampiran 4 : Hasil Output Uji Reliabilitas (<i>Cronbach's Alpha</i>).....	119
Lampiran 5 : Hasil Output Uji Kesesuaian Model <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA)	120
Lampiran 6 : Hasil Output Uji Hipotesis	124
Lampiran 7 : Hasil Output Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	125
Lampiran 8 : Data LISREL	130
Lampiran 9 : Riwayat Hidup.....	136