

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Pertanyaan Penelitian	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Kebaharuan Penelitian	12

BAB II.....	12
KAJIAN PUSTAKA.....	12
A. Latar Belakang Teori.....	12
1. Kepuasan Pelanggan (<i>Satisfaction</i>).....	12
2. Persepsi Kemudahan Penggunaan (<i>Perceived Ease of Use</i>)	18
3. Kepercayaan (<i>Trust</i>)	24
B. Kerangka Teoritis dan Hipotesis	29
1. Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan.....	29
2. Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kepuasan Pelanggan	30
3. Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan	31
4. Hipotesis	32
BAB III	45
METODE PENELITIAN.....	45
A. Tempat dan Waktu Penelitian	45
1. Waktu Penelitian.....	45
2. Tempat Penelitian	45
B. Pendekatan Penelitian.....	45
1. Metode	45
2. Kontelasi Hubungan Antara Variabel.....	46
C. Populasi dan Sampling	48

1.	Populasi.....	48
2.	Sampel	48
D.	Penyusunan Instrumen	49
1.	Kepuasan Pelanggan (Variabel Y).....	50
2.	Persepsi Kemudahan Penggunaan (Variabel X1).....	51
3.	Kepercayaan (Variabel X2)	52
4.	Skala Pengukuran	53
E.	Teknik Pengumpulan Data	54
F.	Teknik Analisis Data.....	55
1.	Analisis Deskriptif	55
2.	Uji Validitas	55
3.	Uji Reliabilitas	57
4.	Uji Hipotesis	58
G.	Pilot Study	61
H.	Hasil Pilot Study.....	62
1.	Deskripsi Data	62
2.	Uji Validitas (EFA) dan Reabilitas.....	69
BAB IV	77
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	77
A.	Deskripsi Data	77

1.	Data Variabel Kepuasan Pelanggan.....	77
2.	Data Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	79
3.	Data Variabel Kepercayaan	80
B.	Hasil Analisis Data.....	82
1.	Profil Responden	82
2.	Exploratory Factor Analysis dan Reabilitas	88
3.	Confirmatory Factor Analysis	96
4.	Fit Model	97
5.	Pengujian Hipotesis	98
C.	Pembahasan	101
1.	Persepsi Kemudahan Penggunaan (<i>Perceived Ease of Use</i>) dengan Kepercayaan (<i>Trust</i>).....	101
2.	Persepsi Kemudahan Penggunaan (<i>Perceived Ease of Use</i>) dengan kepuasan pelanggan (<i>customer satisfaction</i>).....	102
3.	Kepercayaan (<i>Trust</i>) dengan kepuasan pelanggan (<i>customer satisfaction</i>).....	102
BAB V.....		104
KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN		104
A.	Kesimpulan.....	104
B.	Implikasi.....	106

C. Keterbatasan Penelitian	107
D. Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	108
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN.....	116