

DAFTAR ISI

PENGARUH <i>E-SERVICE QUALITY</i> DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BUKALAPAK	i
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I	x
PENDAHULUAN.....	13
1.1 Latar Belakang	13
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Ruang Lingkup Penelitian	24
1.3.1 Ruang lingkup subjek.....	24
1.3.2 Ruang Lingkup Objek	24
1.3.3 Ruang Lingkup Tempat	24
1.3.4 Ruang Lingkup Waktu	24
1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Pengetahuan	24
1.4 Tujuan Penelitian.....	24
1.5 Manfaat Penelitian	25
1.5.1 Bagi Peneliti	25
1.5.2Bagi Institusi	25
1.6 Sistem Penulisan.....	25
BAB II	27
LANDASAN TEORI	27
2.1 Kepuasan Konsumen	27
2.2 E-Service Quality	30
2.3 Citra Merek.....	31
2.4 PenelitiTerdahulu	33
2.5 Kerangka Pikir	34
2.6 Hopotesis Penelitian.....	35
BAB III	38
METODE PENELITIAN	38

3.1 Jenis Penelitian	38
3.2 Sumber Data	38
3.3 Metode Pengumpulan Data	38
3.4 Populasi Dan Sampel	39
3.4.1 Populasi.....	39
3.4.2 Sampel	39
3.5 Variabel Penelitian	40
3.5.1 Variabe Penelitian Independen	40
3.5.2 Variabel Penelitian Dependenden	40
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	41
3.7 Uji Persyaratan Instrumen	43
3.7.1 Uji Validitas	43
3.7.2 Uji Reabilitas	43
3.8 Uji Persyaratan Analisis Data	44
3.8.1 Uji Normalitas Sampel	44
3.8.2 Uji Linieritas Sampel	44
3.9 Metode Analisis	45
3.10 Pengujian Hipotesis	45
3.10.1 Uji Parsial (Uji-t).....	45
3.10.2 Uji Simultan (Uji-f).....	46
BAB IV	48
HASIL DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Deskripsi Data	48
4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden	48
4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen	52

4.2.1 Hasil Uji Validitas.....	52
4.2.2 Hasil Uji Reabilitas.....	54
4.3 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data	54
4.3.1 Hasil Uji Normalitas	54
4.3.2 Hasil Uji Linieritas.....	55
4.3.3 Hasil Uji Multikolinieritas.....	56
4.4 Hasil Analisis Data	57
4.4.1 Regresi Linier Berganda	57
4.4.2 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	58
4.4.3 Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji f).....	58
4.5 Pembahasan	59
4.5.1 Pembahasan <i>E-Service Quality</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	59
4.5.2 Pembahasan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen	60
4.5.3 Pembahasan <i>E-Service Quality</i> dan citra merek terhadap kepuasan konsumen	61
BAB V	62
SIMPULAN DAN SARAN.....	62
5.1 Simpulan.....	62
5.2 Saran	62
5.2.1 Bagi Perusahaan.....	63
5.2.3 Bagi Peneliti	63
Daftar Pustaka	64
Lampiran	67

