

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER.....	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	iii
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Ritel.....	6
2.2 Kinerja (<i>Performance</i>).....	9
2.3 <i>E-commerce</i>	10
2.4 Kepuasan Konsumen	12
2.5 <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	17
2.6 Indeks PGCV (<i>Potential Gain in Customer Value</i>).....	20
2.7 Kuesioner	21
2.8 Penelitian Terkait	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	24
3.1 Objek Penelitian.....	24
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian.....	24
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	24
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	25
3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	26
3.7 Diagram Alir Penelitian	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	29
4.1 Sampoerna Retail Community (SRC).....	29

4.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	35
4.3 Karakteristik Responden	37
4.3.1 Usia	38
4.3.2 Jenis Kelamin	39
4.3.3 Domisili	39
4.4 Atribut Pernyataan	40
4.5 Pengolahan Data	41
4.5.1 Analisis <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	41
4.5.2 Indeks <i>Potential Gain in Customer Value</i> (PGCV)	49
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	55
5.1 Kesimpulan	55
5.2 Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	57