

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.6 Ruang Lingkup Penelitian.....	8
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	9
2.1 Situs Belanja Daring	9
2.2 Kualitas Layanan Elektronik.....	9
2.2.1 Kemudahan.....	11
2.2.2 Kustomisasi	12
2.2.3 Informasi.....	13
2.2.4 Tampilan Situs.....	14
2.2.5 Komunikasi.....	15
2.2.6 Nilai Hiburan	15
2.2.7 Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen	16
2.3 Model Penelitian	18
BAB III METODE PENELITIAN	19
3.1 Desain Penelitian	19
3.2 Populasi dan Sampel	20
3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	21
3.4 Pengujian Instrumen Penelitian	23
3.4.1 Uji Validitas.....	23
3.4.2 Uji Reliabilitas.....	24
3.5 Metode Analisis Data.....	24
3.5.1 Statistik Deskriptif.....	24
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	24
3.5.2.1 Uji Normalitas.....	24
3.5.2.2 Uji Multikolinearitas	25



3.6.0 Pengujian Hipotesis	25
3.6.1 Analisis Regresi Berganda.....	25
3.6.2 Analisis Regresi Sederhana	26
3.6.3 Uji Statistik F.....	27
3.6.4 Uji Statistik t.....	28
3.6.5 Analisis Koefisien Determinasi (Adj. R ²)	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	29
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	29
4.1.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	29
4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	30
4.1.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan	30
4.1.4 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan.....	31
4.1.5 Profil Responden Berdasarkan Pengalaman Belanja pada Situs Lain.....	32
4.2 Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	32
4.2.1 Uji Validitas.....	32
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	33
4.3 Analisis Statistik Deskriptif dan Independent Samples T-test.....	34
4.4 Analisis Statistik Deskriptif Berdasarkan Karakteristik Responden	37
4.4.1 Rata-Rata Jawaban Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
4.4.2 Rata-Rata Jawaban Responden Berdasarkan Usia	39
4.4.3 Rata-Rata Jawaban Responden Berdasarkan Pendidikan.....	40
4.4.4 Rata-Rata Jawaban Responden Berdasarkan Pendapatan	41
4.4.5 Rata-Rata Jawaban Responden Berdasarkan Pengalaman Belanja Situs Lain.....	42
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	44
4.5.1 Uji Normalitas	44
4.5.2 Uji Multiokolineritas.....	45
4.6 Uji Hipotesis dan Pembahasan.....	46
4.6.1 Analisis Regresi Berganda.....	46
4.6.1.1 Koefisien Determinasi (Adj. R ²).....	46
4.6.1.2 Uji Statistik F	47
4.6.1.3 Uji Statistik t	48
4.6.2 Analisis Regresi Sederhana	49
4.6.2.1 Koefisien Determinasi (Adj. R ²) Regresi Sederhana	49
4.6.2.2 Uji Statistik F	50
4.6.2.3 Hasil Analisis Regresi Sederhana	50
4.6.3 Hasil Uji Hipotesis.....	51
4.6.3.1 Pengaruh Kemudahan pada Kepuasan Pelanggan	51
4.6.3.2 Pengaruh Kustomisasi pada Kepuasan Pelanggan.....	52
4.6.3.3 Pengaruh Informasi pada Kepuasan Pelanggan	52
4.6.3.4 Pengaruh Tampilan Situs pada Kepuasan Pelanggan	53
4.6.3.5 Pengaruh Komunikasi pada Kepuasan Pelanggan	53
4.6.3.6 Pengaruh Nilai Hiburan pada Kepuasan Pelanggan.....	53
4.6.3.7 Pengaruh Kepuasan Pelanggan pada Loyalitas Pelanggan	54
4.7 Pembahasan.....	54



**PENGARUH KUALITAS LAYANAN SITUS BELANJA DARING PADA KEPUASAN DAN LOYALITAS
PELANGGAN MATAHARI.COM**

DELLA NANDA L., B.M Purwanto, Dr., M.B.A.,

Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

UNIVERSITAS
GADJAH MADA

4.7.1 Pengaruh Kemudahan pada Kepuasan Pelanggan.....	55
4.7.2 Pengaruh Kustomisasi pada Kepuasan Pelanggan	56
4.7.3 Pengaruh Informasi pada Kepuasan Pelanggan	57
4.7.4 Pengaruh Tampilan Situs pada Kepuasan Pelanggan.....	58
4.7.5 Pengaruh Komunikasi pada Kepuasan Pelanggan.....	59
4.7.6 Pengaruh Nilai Hiburan pada Kepuasan Pelanggan	60
4.7.7 Pengaruh Kepuasan Pelanggan pada Loyalitas Pelanggan	61
BAB V KESIMPULAN	62
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	64
5.3 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA.....	68
LAMPIRAN.....	72

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	20
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	28
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	29
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....	29
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan	30
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Pengalaman pada Situs Belanja Lain.....	31
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas.....	33
Tabel 4.7 Analisis Statistik Deskriptif dan Independent Samples T-test.....	36
Tabel 4.8 Rata-Rata Jawaban Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel 4.9 Rata-Rata Jawaban Responden Berdasarkan Usia	38
Tabel 4.10 Rata-Rata Jawaban Responden Berdasarkan Pendidikan	36
Tabel 4.11 Rata-Rata Jawaban Responden Berdasarkan Pendapatan	40
Tabel 4.12 Rata-Rata Jawaban Responden Berdasarkan Pendapatan	40
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas	44
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi Regresi Berganda	45
Tabel 4.15 Hasil Uji F Statistik	46
Tabel 4.16 Hasil Analisis Regresi Berganda	47
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi Regresi Sederhana	49
Tabel 4.18 Hasil Uji F Statistik	49
Tabel 4.19 Hasil Analisis Regresi Sederhana	50



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN SITUS BELANJA DARING PADA KEPUASAN DAN LOYALITAS
PELANGGAN MATAHARI.COM**

DELLA NANDA L., B.M Purwanto, Dr., M.B.A.,

Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Daftar Peringkat Situs Berdasarkan Kunjungan Bulanan	3
Gambar 2.1 Model Penelitian	18
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	43
Gambar 4.2 Hasil Uji Hipotesis	55