

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRACT	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	10
1.4 Batasan Masalah	10
1.5 Tujuan Penelitian	10
1.6 Manfaat Penelitian	11
1.7 Sistematika Penulisan	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1 Pengertian <i>E-Commerce</i>	13
2.1.1. Penggolongan <i>E-Commerce</i>	15
2.1.2. Reservasi Tiket Kereta Api <i>Online</i>	16
2.2 Pengertian <i>Website</i>	17
2.3 Kualitas Layanan	18
2.3.1 <i>Webqual</i>	20
2.3.2 Prioritas Tindakan untuk Meningkatkan Kualitas (<i>Quality Improvement Actions</i>)	25
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1. Desain Penelitian	29

3.2. Ruang Lingkup Penelitian	32
3.3. Variabel dan Definisi Operasional Penelitian	32
3.4. Unit Analisis dan Metode Penentuan Populasi dan Sampel	34
3.5. Metode Pengumpulan Data	36
3.6. Jenis Data	37
3.7. Instrumen Penelitian	38
3.8. Uji Instrumen Penelitian	42
3.8.1 Uji Validitas	43
3.8.2 Uji Reliabilitas	47
3.9. Metode Analisis Data	48
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Tampilan <i>Website</i> Reservasi Tiket Kereta Api <i>Online</i> pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dan PT. Indo Corpora Investama (Padiciti)	53
4.2 Profil Responden	56
4.2.1 Demografi Responden	56
4.2.2 Pengalaman Responden dalam Menggunakan Internet	58
4.3 Hasil Analisis	61
4.3.1 Perhitungan <i>Mean of Importance</i> (MoI) dan <i>Maximum</i> <i>Score</i>	61
4.3.2 Perhitungan <i>Weighted Score</i>	63
4.3.3 Perhitungan <i>Webqual Index</i> (WQI)	63
4.3.4 Analisis Kualitas <i>E-Ticketing</i> Pemesanan Tiket Kereta Api Berdasarkan Empat Dimensi Penelitian	66
4.4 Pembahasan Profil Responden dan prioritas Tindakan untuk Meningkatkan Kualitas pada Pengukuran Kualitas Layanan <i>E-</i> <i>Ticketing</i> pada <i>Website</i> PT.KAI dan Padiciti	68
4.4.1 Pembahasan Demografi Responden	68
4.4.2 Pembahasan Pengalaman Responden dalam Menggunakan Internet	70

4.4.3 Pembahasan Prioritas Tindakan untuk Meningkatkan Kualitas pada Website PT.KAI dan Padiciti (<i>Quality Improvement Actions</i>)	72
a. Dimensi <i>Usability</i>	73
b. Dimensi <i>Information Quality</i>	75
c. Dimensi <i>Buyer-Seller Interaction</i>	78
d. Dimensi <i>Overall</i>	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	82
5.1 Kesimpulan	82
5.2 Implikasi Manajerial : Berdasarkan Prioritas Tindakan	83
5.3 Keterbatasan Penelitian	85
5.4 Saran.....	86
5.4.1 Manajemen PT.KAI dan Padiciti.....	86
5.4.2 Penelitian Selanjutnya.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....	89

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Penumpang Kereta Api Tahun 2010-2015 (Ribu Orang) di Pulau Jawa dan Sumatera	4
Tabel 2.1 Lima Perspektif Mengenai <i>E-Commerce</i>	14
Tabel 2.2 Daftar Peneliti yang Memiliki Fokus pada Dimensi Kualitas Layanan	20
Tabel 2.3 Pernyataan Asli Dimensi Pengukuran <i>Webqual 4.0</i>	24
Tabel 2.4 Rekomendasi Nilai <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	25
Tabel 3.1 Jumlah dan Sumber Pernyataan Kuesioner Pengukuran Kualitas Layanan <i>E-Ticketing</i> pada Website PT.KAI dan Padiciti dengan Metode <i>Webqual 4.0</i>	40
Tabel 3.2 Atribut Pernyataan Kuesioner Pengukuran Kualitas Layanan <i>E-Ticketing</i> pada Website PT.KAI dan Padiciti dengan Metode <i>Webqual 4.0</i>	41
Tabel 3.3 Hasil Validitas Per Dimensi pada Website PT.KAI	44
Tabel 3.4 Hasil Validitas Per Dimensi pada Website Padiciti	46
Tabel 3.5 Prioritas Tindakan untuk Meningkatkan Kualitas (<i>Quality Improvement Actions</i>)	52
Tabel 4.1 Data Demografi Responden Penelitian Pengukuran Kualitas Layanan <i>E-Ticketing</i> pada Website PT.KAI dan Padiciti dengan Metode <i>Webqual 4.0</i>	57
Tabel 4.2 Pengalaman Responden dalam Menggunakan Internet Penelitian Pengukuran Kualitas Layanan <i>E-Ticketing</i> pada Website PT.KAI dan Padiciti dengan Metode <i>Webqual 4.0</i>	59
Tabel 4.3 <i>Mean of Importance</i> dan <i>Maximum Score</i> (n = 115) Pengukuran Kualitas Layanan <i>E-Ticketing</i> pada Website PT.KAI dan Padiciti dengan Metode <i>Webqual 4.0</i>	62
Tabel 4.4 <i>Weighted Score</i> dan WQI (n = 115) Pengukuran Kualitas Layanan <i>E-Ticketing</i> pada Website PT.KAI dan Padiciti dengan Metode <i>Webqual 4.0</i>	65

Tabel 4.5 Analisis Nilai Per Dimensi Pengukuran Kualitas Layanan <i>E-Ticketing</i> pada Website PT.KAI dan Padiciti dengan Metode <i>Webqual 4.0</i>	66
Tabel 4.6 <i>Quality Improvement Actions</i> pada Dimensi <i>Usability</i> PT.KAI	73
Tabel 4.7 <i>Quality Improvement Actions</i> pada Dimensi <i>Usability</i> Padiciti	74
Tabel 4.8 <i>Quality Improvement Actions</i> pada Dimensi <i>Information Quality</i> PT.KAI	76
Tabel 4.9 <i>Quality Improvement Actions</i> pada Dimensi <i>Information Quality</i> Padiciti	76
Tabel 4.10 <i>Quality Improvement Actions</i> pada Dimensi <i>Buyer-Seller Interaction</i> PT.KAI	79
Tabel 4.11 <i>Quality Improvement Actions</i> pada Dimensi <i>Buyer-Seller Interaction</i> Padiciti	79
Tabel 4.12 <i>Quality Improvement Actions</i> pada Dimensi <i>Overall</i> PT.KAI	80
Tabel 4.13 <i>Quality Improvement Actions</i> pada Dimensi <i>Overall</i> Padiciti	81
Tabel C.1 Data Demografi Responden Penelitian.....	118
Tabel C.2 Pengalaman Responden dalam Menggunakan Internet	121

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Jumlah dan Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2005-2014	2
Gambar 3.1 Kerangka Penelitian Pengukuran Kualitas <i>Layanan E-Ticketing</i> pada <i>Website</i> PT.Kereta Api Indonesia (Persero) dan PT.Indo Corpora Investama (Padiciti) dengan Metode <i>Webqual 4.0</i>	30
Gambar 4.1Tampilan Halaman Depan <i>Website</i> PT.KAI	55
Gambar 4.2 Tampilan Halaman Depan <i>Website</i> Padiciti	55
Gambar 4.3 Radar Chart <i>Webqual Index</i> dari Keseluruhan Dimensi (Σ WQI) pada <i>Website</i> PT.KAI dan Padiciti	67

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 <i>Mean of Importance (MoI)</i>	49
Rumus 3.2 <i>Maximum Score</i>	49
Rumus 3.3 <i>Weighted Score</i>	50
Rumus 3.4 <i>Webqual Index</i>	50
Rumus 3.5 <i>Webqual Index</i> per dimensi	51

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A. <i>Screenshoot</i> Kuesioner Penelitian	93
Lampiran B. Tahapan Proses Pemesanan Tiket Kereta Api.....	108
Lampiran C. Profil Responden	118
Lampiran D. Hasil Uji Reliabilitas Dimensi <i>Usability, Information Quality, Buyer-Seller Interaction</i> , dan <i>Overall</i>	122
Lampiran E. Hasil Perhitungan Nilai <i>Mean of Importance</i> pada Website PT.KAI dan Padiciti.....	128
Lampiran F. Hasil Nilai <i>Weighted Score</i>	134
Lampiran G. Hasil Komentar dan Saran dari Kuesioner Responden.....	164