

DAFTAR ISI

COVER LUAR.....	iii
COVER DALAM	<u>iv</u>
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN PENGUJI.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN	v
PERNYATAAN PUBLIKASI	vi
PERSEMBAHAN.....	viii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xviii
<i>ABSTRACT</i>	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah	14
C. Rumusan Masalah	15
D. Tujuan Masalah	16
E. Hipotesis Penelitian	17

F. Kegunaan Penelitian	18
G. Penegasan Istilah	19
BAB II LANDASAN TEORI.....	26
A. Behaviorisme.....	26
B. Perilaku Belanja <i>Online</i>	27
C. E-Commerce.....	34
D. Loyalty	43
E. Satisfaction	44
F. Brand Image	46
G. E-Trust.....	51
H. E-Service Quality	52
I. Penelitian Terdahulu.....	53
J. Hubungan Antar Variabel.....	72
K. Kerangka Konseptual	79
BAB III METODE PENELITIAN.....	87
A. Rancangan Penelitian	87
B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian.....	88
C. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian.....	89
D. Teknik Pengumpulan Data	91
E. Instrument Penelitian.....	92
F. Teknik Analisis Data	99

BAB IV HASIL PENELITIAN	100
A. Gambaran Umum Perusahaan	100
B. Pengujian Data	114
BAB V PEMBAHASAN.....	135
A. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Loyalty</i> pada konsumen <i>e-commerce</i> Shopee di Jawa Timur	135
B. Pengaruh <i>E-Trust</i> terhadap <i>Loyalty</i> pada konsumen <i>e-commerce</i> Shopee di Jawa Timur.	137
C. Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>Loyalty</i> pada konsumen <i>e-commerce</i> Shopee di Jawa Timur.	140
D. Pengaruh <i>Satisfaction</i> terhadap <i>Loyalty</i> melalui <i>Satisfaction</i> pada konsumen <i>e-commerce</i> Shopee di Jawa Timur.	144
E. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Loyalty</i> melalui <i>Satisfaction</i> pada konsumen <i>e-commerce</i> Shopee di Jawa Timur.	146
F. Pengaruh <i>E-Trust</i> terhadap <i>Loyalty</i> melalui <i>Satisfaction</i> pada konsumen <i>e-commerce</i> Shopee di Jawa Timur.	148
G. Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>Loyalty</i> melalui <i>Satisfaction</i> pada konsumen <i>e-commerce</i> Shopee di Jawa Timur. 150	
H. Rekomendasi Model Jalur	154
BAB VI PENUTUP	156
A. Kesimpulan.....	156
B. Saran.....	158

DAFTAR GAMBAR

1.1.	ingkat Penetrasi Internet Pulau Jawa
2.1. Model Perilaku Konsumen	
4.1. Bagan Struktur Divisi	
4.2. Permodelan Persamaan Struktura	
4.3. <i>Standardized Loading Factor Inner dan Outer Model</i>	
4.4. <i>T-Value dan Outer Model</i>	
5.1. Rekomendasi Model Jalur	

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Penelitian

Lampiran 2 Output Hasil Olah Data SmartPLS

Lampiran 3 Kartu Bimbingan Tesis

Lampiran 4 Kartu Kendali Tesis

Lampiran 5 Pernyataan Keaslian Tulisan

Lampiran 6 Biodata Penulis