

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
ABSTRAK	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	17
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	17
1.2.2 Rumusan Masalah.....	18
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	19
1.3.1 Maksud Penelitian.....	19
1.3.2 Tujuan Penelitian	19
1.4 Kegunaan Penelitian.....	20
1.4.1 Kegunaan Praktis	20
1.4.2 Kegunaan Akademis	20
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	20
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	20
1.5.2 Waktu Penelitian	20
BAB II.....	21
KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	21
2.1 Kajian Pustaka.....	21
2.1.1 Pengertian dan Indikator <i>E-Shopping Experience</i>	21
2.1.2 Pengertian dan Indikator <i>E-Trust</i>	25
2.1.3 Pengertian dan Indikator <i>E-Loyalty</i>	28
2.1.4 Hasil Penelitian Terdahulu	31

2.2 Kerangka Pemikiran	37
2.2.1 Hubungan <i>E-Shopping Experience</i> terhadap <i>E-Loyalty</i>	39
2.2.2 Hubungan <i>E-Shopping Experience</i> terhadap <i>E-Trust</i>	40
2.2.3 Hubungan <i>E-Trust</i> terhadap <i>E-Loyalty</i>	40
2.2.4 Hubungan <i>E-Shopping Experience</i> terhadap <i>E-Loyalty</i> yang dimediasi oleh <i>E-Trust</i>	41
2.2.5 Paradigma Penelitian	42
2.3 Hipotesis	43
BAB III.....	44
METODOLOGI PENELITIAN.....	44
3.1 Objek Penelitian	44
3.2 Metode Penelitian.....	44
3.2.1 Desain Penelitian	45
3.2.2 Operasional Variabel Penelitian	47
3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data	53
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis	57
BAB IV	68
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	68
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	68
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	68
4.1.2 Visi dan Misi	69
4.2 Gambaran Karakteristik Responden.....	70
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	70
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	71
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	73
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Berbelanja dalam 1 Bulan.....	74
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Kategori Produk	75
4.3 Analisis Deskriptif.....	77
4.3.1 Analisis Deskriptif <i>E-Shopping Experience</i>	78
4.3.2 Analisis Deskriptif <i>E-Trust</i>	92
4.3.3 Analisis Deskriptif <i>E-Loyalty</i>	103

4.4 Analisis Verifikatif.....	112
4.4.1 Evaluasi <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran).....	113
4.4.2 Evaluasi <i>Inner Model</i> (Model Pengukuran).....	118
BAB V	141
KESIMPULAN DAN SARAN.....	141
5.1 Kesimpulan.....	141
5.2 Saran.....	143
DAFTAR PUSTAKA	145
LAMPIRAN.....	155