

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	1
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
RINGKASAN	ix
SUMMARY	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Manajemen Pemasaran	9
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	10
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	11
2.1.4 Perilaku Konsumen.....	12
2.1.5 Faktor- Faktor Perilaku Konsumen.....	12
2.1.6 <i>E-Service Quality</i>	13
2.1.7 <i>Brand Trust</i>	15
2.1.8 <i>Perceived Value</i>	16
2.1.9 Loyalitas Pelanggan	17
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Hubungan Antar Variabel	23
2.3.1 Hubungan Antara <i>E-Service Quality</i>	23
2.3.2 Hubungan Antara <i>Brand Trust</i> Pada Loyalitas Pelanggan.....	23
2.3.3 Hubungan Antara <i>Perceived Value</i> Pada Loyalitas Pelanggan.....	23
2.3.4 Hubungan Antara <i>E Service Quality, Brand Trust, dan Perceived Value</i> Pada Loyalitas Pelanggan	23
2.4 Kerangka Konseptual	24

2.5	Hipotesis	25
BAB III METODE PENELITIAN.....		27
3.1	Desain Penelitian	27
3.2	Tempat dan Waktu Penelitian	27
3.2.1	Tempat Penelitian	27
3.2.2	Waktu Penelitian	27
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	27
3.3.1	Jenis Data	27
3.3.2	Sumber Data.....	28
3.4	Populasi dan Sampel	28
3.4.1	Populasi.....	28
3.4.2	Sampel.....	28
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.6	Definisi Variabel dan Operasional variabel	29
3.6.1	Definisi Variabel	29
3.6.2	Devinisi Operasional.....	31
3.7	Proses Pengolahan Data.....	34
3.8	Metode Analisis Data.....	35
3.8.1	Uji Validitas	35
3.8.2	Uji Reabilitas	36
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	36
3.9	Teknik Pengujian Hipotesis dan Analisis Data.....	38
3.9.1	Uji F (Simultan)	38
3.9.2	Uji t (Parsial).....	38
3.10	Analisis Data.....	39
3.10.1	Korelasi Parsial	39
3.10.2	Analisis Regresi Linier Berganda	39
3.10.3	Uji Determinasi (Uji R^2).....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		41
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	41
4.1.1	Visi dan Misi.....	41
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian.....	41
4.2.1	Karakteristik Responden	42

4.2.2	Deskriptif Hasil Variabel Penelitian	43
4.3	Uji Instrumen	48
4.3.1	Uji Validitas	48
4.3.2	Uji Reliabilitas	49
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	50
4.4.2	Uji Multikolinieritas	51
4.4.4	Uji Autokorelasi	52
4.4	Analisis Data.....	53
4.5.1	Analisis Linier Berganda.....	53
4.6	Pengujian Hipotesis	54
4.6.1	Uji Simultan (Uji F).....	54
4.6.2	Uji Parsial (Uji t).....	55
4.6.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	56
4.7	Pembahasan Hasil Temuan	56
4.7.1	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	56
4.7.2	Pengaruh <i>Brand Trust</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	57
4.7.3	Pengaruh <i>Perceived Value</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	57
4.7.4	Pengaruh <i>E-Service Quality, Brand Trust, Dan Perceived Value</i> Secara Simultan Terhadap Loyalitas Pelanggan	57
4.8	Implikasi Penelitian	58
4.9	Keterbatasan Penelitian.....	60
BAB V PENUTUP.....		61
5.1	Simpulan	61
5.2	Saran	62
DAFTAR PUSTAKA		63
Lampiran.....		65