

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian	9
1.5 Jadwal Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN	
HIPOTESIS	11
2.1 Tinjauan Pustaka	11
2.1.1 Kepuasan Konsumen	11
2.1.2 Harga.....	14

2.1.3	Kualitas Produk.....	16
2.1.4	Service Quality	18
2.1.5	Brand Image.....	20
2.1.6	Penelitian Terdahulu	22
2.2	Kerangka Pemikiran.....	27
2.2.1	Hubungan Harga dengan Kepuasan Konsumen	28
2.2.2	Hubungan Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen	29
2.2.3	Hubungan <i>Service Quality</i> dengan Kepuasan Konsumen	30
2.2.4	Hubungan <i>Brand Image</i> dengan Kepuasan Konsumen	31
2.3	Hipotesis	32
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN		33
3.1	Objek Penelitian.....	33
3.2	Jenis Penelitian.....	33
3.2.1	Metode Penelitian	33
3.2.2	Operasionalisasi Variabel	34
3.2.3	Teknik Penggumpulan Data.....	36
3.3	Model Penelitian	39
3.4	Teknik Analisis Data.....	39
3.4.1	Analisis Structural Equation Modeling (SEM).....	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		44
4.1	Gambaran Umum Bukalapak.....	44
4.1.1	Sejarah Perusahaan Bukalapak	44
4.1.2	Visi, Misi dan Nilai Perusahaan Bukalapak	44

4.1.3	Logo Perusahaan	45
4.2	Hasil Penelitian	46
4.2.1	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	46
4.2.2	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	51
4.2.3	Uji Hipotesis	53
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian	55
4.3.1	Pengaruh Harga, Kualitas Produk, <i>Service Quality</i> , dan <i>Brand Image</i> terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna <i>E-Commerce</i> Bukalapak	55
BAB V PENUTUP		60
5.1	Simpulan	60
5.2	Saran	60
DAFTAR PUSTAKA		62
LAMPIRAN		68

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jadwal Penelitian.....	10
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	35
Tabel 3.2 <i>Scoring</i> Jawaban Kuesioner	36
Tabel 4.1 <i>Loading Factor</i>	46
Tabel 4.2 <i>Loading Factor</i>	48
Tabel 4.3 <i>Fornell-Larcker Criterion Discriminant Validity</i>	49
Tabel 4.4 <i>Composite Reliability</i>	50
Tabel 4.5 Uji <i>R Square</i>	51
Tabel 4.6 Uji <i>F Square</i>	52
Tabel 4.7 Uji <i>Q Square</i>	54
Tabel 4.8 <i>Path Coeffiecient</i>	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Rata-Rata Kunjungan E-commerce	2
Gambar 1.2 Keluhan Pelanggan Bukalapak.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	32
Gambar 4.1 Logo Bukalapak	45
Gambar 4.2 Uji <i>Boostrapping</i>	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	69
Lampiran 2 Identitas Responden.....	72
Lampiran 3 Tabulasi Data.....	76
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas Konvergen	87
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas Diskriminan	88
Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas	88
Lampiran 7 Uji <i>R Square</i>	88
Lampiran 8 Uji <i>F Square</i>	89
Lampiran 9 Uji <i>Bootsrapping</i>	90
Lampiran 10 Uji Hipotesis.....	91
Lampiran 11 Biodata Penulis.....	94