

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSYARATAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Landasan Teori	12
1. Perilaku Konsumen.....	12
2. Kepuasan Pelanggan.....	16

3. Periklanan.....	21
4. <i>Electronic Word of Mouth</i> (E-WOM).....	24
5. Kualitas Pelayanan	25
6. Kualitas Pelayanan Elektronik	26
7. <i>Efficiency</i> (Efisiensi).....	27
8. <i>Fulfillment</i> (Pemenuhan)	29
9. <i>Reliability</i> (Keandalan)	30
10. <i>Privacy</i> (Privasi)	30
11. <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	32
12. <i>Compensation</i> (Kompensasi).....	34
13. <i>Contact</i> (Kontak)	35
14. <i>Social Media</i>	35
B. Penelitian Terdahulu	38
C. Hubungan Antar Variabel.....	45
D. Kerangka Pemikiran.....	48
E. Hipotesis Penelitian.....	49
BAB III METODE PENELITIAN	52
A. Rancangan Penelitian	52
B. Objek dan Waktu Penelitian	52
C. Populasi dan Sampel	53
D. Jenis Data Penelitian	54
E. Prosedur Pengambilan Data.....	54
F. Identifikasi Variabel Penelitian	55

G. Definisi Operasional Variabel	56
H. Skala Pengukuran Variabel	58
I. Uji Instrumen	59
J. Teknik Analisis Data.....	62
K. Uji Hipotesis	64
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	66
A. Deskripsi Hasil Penelitian	66
B. PEMBAHASAN	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	87
A. Kesimpulan.....	87
B. Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN	94

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kenaikan Followers <i>Social Media</i> DCA	3
Tabel 1.2 Jumlah Keluhan Konsumen di platform akun DCA	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	41
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	57
Tabel 3.2 Skala Likert.....	58
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian	60
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian.....	61
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	67
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan pekerjaan	68
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku.....	69
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Mengetahui DCA	70
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	71
Tabel 4. 7 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Periklanan.....	72
Tabel 4. 8 Hasil Tanggapan Responden Setiap Indikator Periklanan	72
Tabel 4.9 Hasil Tanggapan Responden Terhadap EWOM.....	73
Tabel 4.10 Hasil Tanggapan Responden Setiap Indikator EWOM.....	74
Tabel 4. 11 Hasil Tanggapan Responden Terhadap E-SERVQUAL	75
Tabel 4. 12Hasil Tanggapan Responden Setiap Indikator E-SERVQUAL.....	75
Tabel 4. 13 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan	76
Tabel 4. 14 Hasil Tanggapan Responden Setiap Indikator Kepuasan P.....	77
Tabel 4. 15 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penggunaan Internet di Indonesia	2
Gambar 1.2 Mengetahui DCA.....	7
Gambar 2. 1: Model Perilaku Konsumen	14
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran Pengaruh Faktor Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen	49

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUISIONER PENELITIAN	94
LAMPIRAN 2 REKAPITULASI DATA 30 RESPONDEN.....	105
LAMPIRAN 3 UJI VALIDITAS	114
LAMPIRAN 4 UJI RELIABILITAS.....	121
LAMPIRAN 5 REKAPITULASI DATA 150 RESPONDEN.....	123
LAMPIRAN 6 DESKRIPSI RESPONDEN	152
LAMPIRAN 7 ANALISIS KUANTITATIF.....	158