

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Landasan Teori	8
1. <i>E-Customer Loyalty</i>	8
2. <i>E-Customer Trust</i>	13
3. <i>E-Service Quality</i>	18
B. Penelitian Terdahulu	22
C. Hubungan Antar Variabel	25
1. Hubungan <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Customer Loyalty</i>	25
2. Hubungan <i>E-Customer Trust</i> terhadap <i>E-Customer Loyalty</i>	25
3. Hubungan <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Customer Trust</i>	26
D. Kerangka Teoritis	26
E. Hipotesis Penelitian.....	27

BAB III.....	28
METODOLOGI PENELITIAN.....	28
A. Rancangan Penelitian.....	28
B. Objek dan Waktu Penelitian.....	28
1. Objek Penelitian.....	28
2. Waktu Penelitian.....	29
C. Populasi.....	29
D. Sampel dan Teknik Sampling.....	29
1. Sampel.....	29
2. Teknik Sampling.....	30
3. Besaran Sampel.....	31
E. Jenis Data Penelitian.....	32
F. Prosedur Pengambilan Data.....	33
G. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	33
1. Variabel Bebas (Variabel Eksogen).....	33
2. Variabel Terikat (Variabel Endogen).....	34
3. Variabel Mediasi.....	34
H. Definisi Operasional Variabel.....	35
I. Skala Pengukuran Variabel.....	36
J. Uji Instrumen.....	37
1. Uji Validitas.....	37
2. Uji Reliabilitas.....	41
K. Teknik Analisis Data.....	42
1. Analisis Deskriptif.....	42
2. Analisis Kuantitatif.....	43
BAB IV.....	45
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
A. Analisis Deskriptif Responden.....	45
1. Jenis Kelamin.....	45
2. Usia.....	45
3. Domisili.....	46
4. Rata-rata Belanja/transaksi Perbulan.....	47

5. Tingkat Pendidikan.....	47
B. Analisis Deskriptif Variabel.....	48
1. Analisis Deskriptif Variabel <i>E-Service Quality</i> (X)	49
2. Analisis Deskriptif Variabel <i>E-Customer Trust</i> (Z).....	50
3. Analisis Deskriptif Variabel <i>E-Customer Loyalty</i> (Y)	52
C. Analisis Kuantitatif.....	53
1. Outer Model.....	53
2. Inner Model	56
D. Pengujian Hipotesis	61
1. Uji Hipotesis Langsung.....	61
2. Uji Hipotesis Tidak Langsung.....	62
E. Pembahasan dan Hasil Penelitian	63
1. <i>E-Service Quality</i> secara langsung signifikan berpengaruh positif terhadap <i>E-Customer Loyalty</i> pada aplikasi DANA di Daerah Istimewa Yogyakarta. (Hipotesis 1)	63
2. <i>E-Service Quality</i> secara langsung signifikan berpengaruh positif terhadap <i>E-Customer Trust</i> pada aplikasi DANA di Daerah Istimewa Yogyakarta. (Hipotesis 2)..	64
3. <i>E-Customer Trust</i> secara langsung signifikan berpengaruh positif terhadap <i>E-Customer Loyalty</i> pada aplikasi DANA di Daerah Istimewa Yogyakarta. (Hipotesis 3)	65
BAB V	69
KESIMPULAN DAN SARAN	69
A. Kesimpulan.....	69
B. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN.....	76