

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT	ii
PERTANGGUNG JAWABAN TESIS	iii
PENGESAHAN TESIS	iv
UCAPAN TERIMAKASIH	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
RINGKASAN	ix
<i>SUMMARY</i>	xii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.2.1 Pernyataan Masalah	8
1.2.2 Pertanyaan Penelitian	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kontribusi Penelitian	10
1.4.1 Kontribusi Teoritis	10
1.4.2 Kontribusi Praktis	10
1.5 Gambaran Kontekstual Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Perilaku Pelanggan	14
2.1.2 Perilaku Mencari Variasi	16
2.1.3 Kualitas Website (WebQual 4.0)	17
2.1.4 Loyalitas Pelanggan	20
2.1.5 Kepuasan Pelanggan	21
2.2 Kajian Empiris	24
2.3 Kerangka Konseptual dan Hipotesis Penelitian	32
2.3.1 Hubungan Perilaku Mencari Variasi dengan Kepuasan Pelanggan	32
2.3.2 Hubungan Kualitas Kegunaan (<i>Usability Quality</i>) dengan Kepuasan Pelanggan	32
2.3.3 Hubungan Kualitas Informasi (<i>Information Quality</i>) dengan Kepuasan Pelanggan	33
2.3.4 Hubungan Kualitas Interaksi (<i>Service Interaction Quality</i>) dengan Kepuasan Pelanggan	33
2.3.5 Hubungan Kepuasan Secara Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan	34
2.3.6 Hubungan Perilaku Mencari Variasi dengan <i>Loyalitas Pelanggan</i>	35
2.3.7 Hubungan Kualitas Kegunaan (<i>Usability Quality</i>) dengan <i>Loyalitas Pelanggan</i>	35
2.3.8 Hubungan Kualitas Informasi (<i>Information Quality</i>) dengan <i>Loyalitas Pelanggan</i>	36

2.3.9 Hubungan Kualitas Interaksi (<i>Service Interaction Quality</i>) dengan <i>loyalitas</i> Pelanggan	36
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Bentuk Penelitian	38
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	38
3.2.1 Tempat Penelitian	38
3.2.2 Waktu Penelitian	38
3.3 Data	39
3.3.1 Jenis data	39
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	39
3.3.3 Skala Pengukuran Data	40
3.4 Populasi dan Sample	40
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	42
3.5.1 Variabel Bebas	48
3.5.2 Variabel Terikat	48
3.5.3 Variabel Intervening	48
3.6 Metode Analisis	48
3.6.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	50
3.6.1.1 Uji Validitas	50
3.6.1.2 Uji Reliabilitas	50
3.6.2 Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	51
3.6.2.1 Nilai R-Square	52
3.6.2.2 Uji Hipotesis	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Hasil Penelitian	54
4.1.1 Karakteristik Responden	54
4.1.2 Analisis Deskriptif	63
4.4 Analisis SEM-PLS	70
4.5 Pembahasan	83
4.5.1 Perilaku Mencari Variasi Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan Netflix	83
4.5.2 Kualitas Kegunaan (<i>Usability Quality</i>) Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan Netflix	85
4.5.3 Kualitas Informasi (<i>Information Quality</i>) Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan Netflix	86
4.5.4 Kualitas Interaksi (<i>Service Interaction Quality</i>) Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan Netflix	87
4.5.5 Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Berpengaruh Terhadap <i>Loyalitas</i> Pelanggan Netflix	88
4.5.6 Perilaku Mencari Variasi Berpengaruh Terhadap <i>Loyalitas</i> Pelanggan Netflix	89
4.5.7 Kualitas Kegunaan (<i>Usability Quality</i>) Berpengaruh Terhadap <i>Loyalitas</i> Pelanggan Netflix	90
4.5.8 Kualitas Informasi (<i>Information Quality</i>) Berpengaruh Terhadap <i>Loyalitas</i> Pelanggan Netflix	91

4.5.9	Kualitas Interaksi (<i>Service Interaction Quality</i>) Berpengaruh Terhadap	
	<i>Loyalitas</i> Pelanggan Netflix	92
	BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	94
5.1	Kesimpulan	94
5.2	Keterbatasan Penelitian	95
5.3	Saran	95
	DAFTAR PUSTAKA	97
	LAMPIRAN	98