

DAFTAR ISI

	Halaman
PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT	i
PERTANGGUNGJAWABAN SKRIPSI	ii
LEMBAR YURIDIS.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vii
RINGKASAN SKRIPSI	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.2.1. Pernyataan Masalah.....	9
1.2.2. Pertanyaan Penelitian.....	10
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Kontribusi Penelitian.....	10
1.4.1. Kontribusi Teoritis.....	10
1.4.2. Kontribusi Praktis	11
1.5. Gambaran Kontekstual Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1. Landasan Teori.....	15
2.1.1. Sistem Pembayaran Elektronik	15
2.1.2. <i>Financial Technology</i>	16
2.1.3. <i>E-Service Quality</i>	16
2.1.4. <i>E-Recovery Service Quality</i>	18
2.1.5. <i>E-Satisfaction</i>	19
2.1.6. <i>Online Repurchase Intention</i>	20
2.2. Kajian Empiris	21
2.3. Kerangka Konseptual dan Hipotesis Penelitian.....	29
2.3.1. Kerangka Konseptual.....	29
2.3.2. Hipotesis Penelitian	30
2.3.2.1. Hubungan <i>E-Service Quality</i> dengan <i>E-Satisfaction</i>	30
2.3.2.2. Hubungan <i>E-Recovery Service Quality</i> dengan <i>E-Satisfaction</i>	30
2.3.2.3. Hubungan <i>E-Satisfaction</i> dengan <i>Online Repurchase Intention</i>	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1. Bentuk Penelitian	32

3.2. Tempat dan Waktu Penelitian.....	32
3.3. Data	32
3.3.1. Sumber Data.....	32
3.3.2. Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.4. Populasi dan Sampel	34
3.4.1. Populasi.....	34
3.4.2. Sampel	34
3.5. Variabel Penelitian.....	36
3.6. Metode Analisis Data	40
3.6.1. Analisis Deskriptif.....	40
3.6.2. Teknik Analisis Data	41
3.6.2.1. Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	41
3.6.2.1.1. <i>Convergent Validity</i>	41
3.6.2.1.2. <i>Discriminant Validity</i>	41
3.6.2.1.3. <i>Composite Reliability</i>	42
3.6.2.2. Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	42
3.6.2.2.1. R-Square	42
3.6.3. Uji Hipotesis.....	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1. Hasil Penelitian	43
4.1.1. Deskriptif Profil Responden.....	43
4.1.2. Analisis Tanggapan Responden terhadap Variabel Penelitian.....	44
4.2. Analisis Data.....	48
4.2.1. Evaluasi <i>Outer Model</i>	48
4.2.1.1. <i>Convergent Validity</i>	48
4.2.1.2. <i>Discriminant Validity</i>	50
4.2.1.3. <i>Composite Reliability</i>	52
4.2.2. Evaluasi <i>Inner Model</i>	53
4.2.2.1. R-Square	53
4.3. Uji Hipotesis	54
4.3.1. <i>Bootstrapping Path Coefficient</i>	54
4.4. Pembahasan	55
4.4.1. Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i>	55
4.4.2. Pengaruh <i>E-Recovery Service Quality</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i>	56
4.4.3. Pengaruh <i>E-Satisfaction</i> terhadap <i>Online Repurchase Intention</i> ...	57
BAB V PENUTUP	59
5.1. Simpulan.....	59
5.2. Rekomendasi.....	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	66