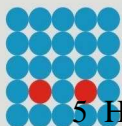




Hak cipta dilindungi Undang-Undang

DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	6
2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kerangka Teoritis	7
2.1.1 Jasa	7
2.1.2 Kualitas Jasa (<i>Service Quality</i>)	8
2.1.3 Internet dan <i>Website</i>	10
2.1.4 WebQual	11
2.1.5 <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	13
2.1.6 Analisis Tabulasi Silang	16
2.1.7 <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	16
2.1.8 <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI)	17
2.2 Kajian Penelitian Terdahulu	18
2.3 Kerangka Pemikiran	25
3 METODE PENELITIAN	
3.1 Lokasi dan Waktu	27
3.2 Pendekatan Penelitian	27
3.3 Jenis dan Sumber Data	27
3.4 Teknik Pengambilan Contoh	27
3.5 Metode Pengumpulan Data	27
3.6 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	30
3.6.1 Analisis Deskriptif & Tabulasi Silang	30
3.6.2 Analisis <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI)	30
3.6.3 Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	31
3.6.4 Analisis <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	34
4 GAMBARAN UMUM WEBSITE BERNIAGA.COM	
4.1 Sejarah <i>Website</i> Berniaga.com	35
4.2 Gambaran Umum Perusahaan	36
4.3 Persaingan di Industri <i>E-commerce</i>	38
4.3.1 Forum Jual Beli Kaskus	39
4.3.2 Tokobagus.com	40
5 HASIL DAN PEMBAHASAN	
5.1 Karakteristik Responden	41
5.1.1 Karakteristik Demografi Responden	41
5.1.2 Hubungan antara Karakteristik Demografi dan Penilaian Kualitas Keseluruhan	44
5.1.3 Karakteristik Perilaku Penggunaan Responden	48

© Hak cipta milik IPB, tahun 2014



Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor

MB-IPB

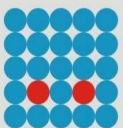
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Hak cipta dilindungi Undang-Undang

5.1.4	Analisis Tabulasi Silang antara Perilaku Penggunaan Konsumen dan Kualitas Keseluruhan	51
5.2	Analisis Kepuasan terhadap Kualitas Berdasarkan <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI)	55
5.3	Faktor – faktor yang Mempengaruhi Kualitas <i>Website</i> Berniaga.com berdasarkan Dimensi WebQual	56
5.3.1	Analisis Uji Kesesuaian Model	58
5.3.2	Analisis Kontribusi Variabel-variabel Indikator terhadap Variabel Laten Eksogen Lima Dimensi WebQual dan Variabel Endogen <i>Quality</i>	59
5.3.3	Analisis Pengaruh Keseluruhan Variabel Eksogen Lima Dimensi WebQual terhadap Variabel Endogen Kualitas <i>Website</i> Berniaga.com	66
5.4	Analisis <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	68
5.5	Implikasi Manajerial	69
6	SIMPULAN DAN SARAN	
6.1	Simpulan	74
6.2	Saran	74
	DAFTAR PUSTAKA	75
	DAFTAR LAMPIRAN	82

Hak cipta dimiliki IPB, tahun 2014



Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor
MB-IPB

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Hak cipta dilindungi Undang-Undang

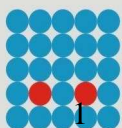
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

DAFTAR TABEL

1	Dimensi Kualitas <i>Website</i> dengan Pendekatan WebQual 4.0	12
2	Daftar variabel laten dan indikator	29
3	Kriteria Kepuasan Konsumen	31
4	Karakteristik demografi responden	41
5	Penilaian Kualitas Keseluruhan (Y1) oleh Responden	44
6	Tabulasi silang antara usia responden dan kualitas keseluruhan	45
7	Tabulasi silang antara jenis kelamin responden dan kualitas keseluruhan	45
8	Tabulasi silang antara tingkat pendidikan responden dan kualitas keseluruhan	46
9	Tabulasi silang antara status pernikahan responden dan kualitas keseluruhan	46
10	Tabulasi silang antara jumlah tanggungan responden dan kualitas keseluruhan	47
11	Tabulasi silang antara pekerjaan responden dan kualitas keseluruhan	48
12	Tabulasi silang antara jumlah pengeluaran bulanan responden dan kualitas keseluruhan	48
13	Karakteristik perilaku responden	49
14	Tabulasi silang antara lokasi akses internet responden dan kualitas keseluruhan	51
15	Tabulasi silang antara tujuan utama penggunaan internet dan kualitas keseluruhan	52
16	Tabulasi silang antara fasilitas internet yang paling sering digunakan responden dan kualitas keseluruhan	52
17	Tabulasi silang antara sumber informasi <i>website</i> <i>berniaga.com</i> dan kualitas keseluruhan	53
18	Tabulasi silang antara frekuensi akses internet responden dan kualitas keseluruhan	54
19	Tabulasi silang antara jumlah akses penggunaan <i>website</i> <i>berniaga.com</i> dan kualitas keseluruhan	54
20	Hasil perhitungan CSI	56
21	Hasil <i>goodness of fit</i> pada model SEM	58
22	<i>Construct reliability</i> model pengukuran	59
23	Parameter estimasi model SEM	61
24	Parameter estimasi <i>standardized</i> model struktural	66
25	Peringkat besar pengaruh variabel indikator atas variabel <i>quality</i>	67
26	Tingkat kinerja dan tingkat kepentingan atribut-atribut kualitas <i>website</i> <i>berniaga.com</i>	71

Hak cipta milik IPB, tahun 2014

DAFTAR GAMBAR



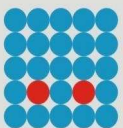
MB-IPB
Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor

1	Jumlah pengguna internet Indonesia	2
2	Model konseptual kualitas jasa	9
3	Data jumlah pengguna internet di beberapa negara Asia per Juni 2012	11
4	Diagram lintas model SEM	14
5	Diagram <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	17
6	Kerangka pemikiran konseptual	25



Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IPB, tahun 2014



Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor

MB-IPB

7	Formulasi model SEM	33
8	Halaman awal <i>website</i> berniaga.com tahun 2010	35
9	Halaman awal <i>website</i> berniaga.com Mei 2013	35
10	Contoh daftar iklan di <i>website</i> berniaga.com	37
11	Salah satu iklan di <i>website</i> berniaga.com	38
12	Diagram IPA	69

DAFTAR LAMPIRAN

Kuesioner penelitian	80
<i>Output</i> LISREL	86
Parameter estimasi <i>standardized loading factor</i> diagram jalur analisis SEM	103
Parameter estimasi t hitung diagram jalur analisis SEM	104

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.