DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL……. i

HALAMAN JUDUL……..... ii

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME……... iii

HALAMAN PENGESAHAN TESIS…..…….. iv

KATA PENGANTAR……... v

DAFTAR ISI……..... ix

DAFTAR TABEL…….. xii

DAFTAR GAMBAR……. xiii

DAFTAR LAMPIRAN…….. xiv

ABSTRAK……. xv

ABSTRACT……..…….. xvi

BAB I: PENDAHULUAN……... 1

1.1 Latar Belakang Penelitian…….……. 1

1.2 Rumusan Masalah…….. 6

1.3 Tujuan Penelitian……... 7

1.4 Manfaat Penelitian……. 7

1.4.1 Manfaat Teoritis…….. 7

1.4.2 Manfaat Praktis……... 7

1.5 Sistematika Penelitian…… 8

BAB II: KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS…. 9

2.1 Kualitas *Website*…… 11

2.2 *Perceived Flow*…….. 14

2.3 Kepuasan Pelanggan…….. 18

2.4 Minat Beli…….. 21

2.5 Kerangka Konseptual Penelitian…… 25

BAB III: METODE PENELITIAN…… 26

3.1 Populasi dan Sampel…….. 26

3.2 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data……. 26

3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel……. 27

3.3.1 Kualitas *Website*……. 28

3.3.2 *Perceived Flow*……... 29

3.3.3 Kepuasan Pelanggan……... 30

3.3.4 Minat Beli……... 30

3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian……... 31

3.5 Teknik Analisis Data……. 34

3.6 Analisis Faktor Konfirmatori……. 36

3.7 Analisis Model Struktural…….. 37

BAB IV: HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN..... 39

4.1 Karakteristik Responden dalam Mengunjungi *Website*…….…… 39

4.1.1 Layanan yang Sering Dipesan Responden dalam *Website* Traveloka…… 40

4.1.2 Intensitas Responden dalam melakukan Pemesanan di *website* Traveloka dalam kurun waktu 6 bulan terakhir…….. 41

4.2 Karakteristik Demografi Responden……. 41

4.2.1 Jenis kelamin…….. 42

4.2.2 Usia Responden…….. 42

4.2.3 Pendidikan Responden…… 43

4.2.4 Pekerjaan Responden…….. 43

4.2.5 Pendapatan Responden……... 44

4.3 Analisis Model Pengukuran……... 44

4.3.1 Analisis *Offending Estimate*……... 46

4.3.2 Uji Validitas…… 47

4.3.3 Penilaian Kesesuaian Model (*Goodness of Fit*)……..…....…. 49

4.3.4 Uji Reliabilitas Data…… 50

4.4 Analisis Model Struktural……...……... 52

4.4.1 Pembuatan Data Baru……. 52

4.4.2 Pengembangan Skala Gabungan……. 53

4.4.3 Pengembangan Model Persamaan Struktural……...…….…. 55

4.5 Pengujian Hipotesis dan Pembahasan…… 57

BAB V: KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN…….. 64

5.1 Kesimpulan……..... 64

5.2 Implikasi Teoritis dan Manajerial……...…….…….. 65

5.3 Limitasi Penelitian dan Saran...……. 66

DAFTAR PUSTAKA……... 67

LAMPIRAN……...……. 78

DAFTAR TABEL

Tabel **Halaman**

3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen……..... 33

3.2 *Goodness of Fit Index*……..…… 36

4.1 Layanan yang sering dipesan Responden…….……... 40

4.2 Intensitas Responden dalam Melakukan Pemesanan……..... 41

4.3 Jenis Kelamin Responden……..…….. 42

4.4 Usia Responden……... 42

4.5 Pendidikan Responden……. 43

4.6 Pekerjaan Responden……... 43

4.7 Pendapatan Responden…… 44

4.8 Hasil Analisis *Offending Estimate*…….…….. 47

4.9 Hasil Uji Validitas Indikator Variabel……... 48

4.10 Nilai *Indeks Goodness of Fit*…….....…… 49

4.11 Reliabilitas Data……..... 51

4.12 Pengembangan Variabel Gabungan (*Composite Variables*)…….. 54

4.13 Penilaian Kesesuaian Model…….. 56

4.14 Ringkasan Uji Hipotesis…… 57

DAFTAR GAMBAR

Gambar **Halaman**

2.1 Kerangka Konseptual Penelitian …...……..…… 25

4.1 Model Struktural (hubungan konstruk dan nilai t)...……...…….…… 56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran **Halaman**

1. Kuesioner Penelitian……..……..…… 78

2. Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Penelitian……...……..…… 85

3. Rekapitulasi Data Penelitian ……...…… 89

4. Hasil *Structural Equation Modeling* (SEM)……...…..……... 92