

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Sejarah Perusahaan <i>Grab</i>	1
1.1.2 Logo Perusahaan <i>Grab</i>	1
1.1.3 Visi dan Misi <i>Grab</i>	2
1.1.4 Fitur dan Layanan <i>Grab</i>	2
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Rumusan Masalah	17
1.4 Tujuan Penelitian	17
1.5 Kegunaan Penelitian.....	17
1.5.1 Kegunaan Teoritis	17
1.5.2 Aspek Praktis	18
1.6 Sistematika Penulisan.....	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	19
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	19
2.1.1 Pemasaran	19
2.1.2 Manajemen Pemasaran	19

2.1.3	Jasa.....	20
2.1.4	Pemasaran Jasa	20
2.1.5	Kualitas Layanan (<i>Service Quality</i>).....	21
2.1.6	<i>E-Service Quality</i>	21
2.1.7	Dimensi <i>E-Service Quality</i>	22
2.1.8	Bauran Pemasaran	23
2.1.9	Promosi.....	23
2.1.10	Dimensi Promosi	25
2.1.11	Kepuasan Pelanggan	26
2.1.12	Dimensi Kepuasan Pelanggan	26
2.1.13	Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan	27
2.1.14	Hubungan <i>E-Service Quality</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	28
2.1.15	Hubungan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan	29
2.2	Penelitian Terdahulu	30
2.2.1	Ulasan Penelitian Skripsi	30
2.2.2	Ulasan Jurnal Nasional	35
2.2.3	Ulasan Jurnal Internasional	40
2.3	Kerangka Pemikiran	45
2.4	Hipotesis Penelitian	48
2.5	Ruang Lingkup Penelitian	48
BAB III METODE PENELITIAN		49
3.1	Jenis Penelitian	49
3.2	Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	49
3.2.1	Variabel Operasional	49
3.2.2	Skala Pengukuran	52
3.2.3	Tahapan Penelitian	53
3.3	Populasi dan Sampel	54
3.3.1	Populasi	54
3.3.2	Sampel	54
3.4	Pengumpulan Data	56
3.4.1	Data Primer	56
3.4.2	Data Sekunder	56

3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas	57
3.5.1	Uji Validitas	57
3.5.2	Uji Reliabilitas	60
3.6	<i>Method of Succesive Interval (MSI)</i>	61
3.7	Uji Asumsi Klasik	62
3.7.1	Uji Normalitas	62
3.7.2	Uji Multikolinearitas	63
3.7.3	Uji Heteroskedastisitas	63
3.8	Teknik Analisis Data	64
3.8.1	Analisis Deskriptif	64
3.8.2	Analisis Regresi Linear Berganda	66
3.9	Pengujian Hipotesis	67
3.9.1	Pengujian Secara Simultan (Uji - F).....	67
3.9.2	Pengujian Secara Parsial (Uji – t).....	67
3.9.3	Koefisien Determinasi	69
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		70
4.1	Pengumpulan Data	70
4.2	Karakteristik Responden	70
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	71
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	72
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	73
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	74
4.3	Hasil Penelitian	74
4.3.1	Analisis Deskriptif	75
4.3.2	Uji Asumsi Klasik	110
4.3.3	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	115
4.3.4	Uji Hipotesis	117
4.3.5	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	120
4.4	Analisis Hasil Penelitian dan Pembahasan	121
4.4.1	Analisis Deskriptif Variabel <i>E-Service Quality</i>	121
4.4.2	Analisis Deskriptif Variabel Promosi	122
4.4.3	Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan.....	123

4.4.4 Analisis Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Layanan <i>GrabFood</i>	123
4.4.5 Analisis Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Layanan <i>GrabFood</i>	124
4.4.6 Analisis Pengaruh <i>E-Service Quality</i> dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Layanan <i>GrabFood</i>	125
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	126
5.1 Kesimpulan	126
5.2 Saran	126
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan	126
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	128
DAFTAR PUSTAKA	129
LAMPIRAN	134