

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Visi dan Misi Gojek.....	2
1.1.3 GoFood.....	3
1.1. Latar Belakang Penelitian	4
1.2. Perumusan Masalah	26
1.3. Pertanyaan penelitian	29
1.4. Tujuan Penelitian	30
1.5. Manfaat Penelitian	31
1.5.1 Aspek Praktis	31
1.5.2 Aspek Akademis.....	31
1.6. Sistematika Penulisan Tugas Akhir	32
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	35
2.1. Teori Penelitian.....	35
2.1.1. Pemasaran.....	35
2.1.2. Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	35
2.1.3. Harga.....	38

2.1.4. Manajemen Pemasaran	38
2.1.5. Pemasaran Jasa	39
2.1.6. Service Quality	40
2.1.7. Digital Marketing	41
2.1.8. E-Service Quality	42
2.1.9. Mobile Service Quality	42
2.1.10. Theory of Acceptance Model	44
2.1.11. Intention to use	45
2.1.12. Personal Innovativeness	45
2.1.13. Brand Equity	46
2.1.14. Perceived Service Quality	46
2.1.15. Perceived Price Fairness	47
2.1.16. Perilaku Konsumen	47
2.1.17. Customer Satisfaction	49
2.1.18. Customer Loyalty	49
2.1.19. Generasi Z	50
2.1.20. Penelitian Terdahulu	52
2.2. Kerangka Pemikiran	107
2.3. Hipotesis Penelitian	114
2.3.1. Pengembangan Hipotesis	114
BAB III METODE PENELITIAN	121
3.1. Jenis Penelitian	121
3.2. Operasionalisasi Variabel	125
3.2.1. Skala Pengukuran	133
3.3. Tahapan Penelitian	134
3.4. Populasi dan Sampel	136

3.4.1. Populasi.....	136
3.4.2. Sampel	137
3.4.3. Teknik Sampling	138
3.5. Pengumpulan Data dan Sumber Data	139
3.6. Uji Validitas dan Reliabilitas	141
3.6.1. Uji Validitas	141
3.6.2. Uji Reliabilitas	146
3.7. Teknik Analisis Data.....	147
3.7.1. Analisis Deskriptif.....	147
3.7.2. Uji Normalitas.....	149
3.7.3 Analisis Multivariat	150
3.7.4 Structural Equation Modeling (SEM)	150
3.7.5 Model Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS)	151
3.7.6 Pengukuran Model Outer (<i>Outer Model</i>)	151
3.7.7 Pengukuran Struktural (Inner Model)	153
3.7.8 Pengukuran Hipotesis.....	154
BAB IV METODE PENELITIAN	157
4.1. Karakteristik Responden	157
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	157
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	158
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	159
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	159
4.2. Hasil Penelitian.....	160
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	160
4.2.2 Uji Normalitas	181
4.2.3 Analisis Structural Equation Model (SEM)	182

4.3. Pembahasan Hasil Penelitian.....	210
4.3.1. Pengaruh <i>perceived price fairness</i> terhadap <i>customer satisfaction</i>	210
4.3.2. Pengaruh <i>perceived price fairness</i> terhadap <i>customer loyalty</i>	210
4.3.3. Pengaruh <i>perceived service quality</i> terhadap <i>customer satisfaction</i> ...	211
4.3.4. Pengaruh <i>perceived service quality</i> terhadap <i>customer loyalty</i>	212
4.3.5. Pengaruh <i>mobile service quality</i> terhadap <i>customer satisfaction</i>	213
4.3.6. Pengaruh <i>mobile service quality</i> terhadap <i>customer loyalty</i>	214
4.3.7. Pengaruh <i>customer satisfaction</i> terhadap <i>customer loyalty</i>	214
4.3.8. Pengaruh <i>customer satisfaction</i> memediasi <i>perceived price fairness</i> terhadap <i>customer loyalty</i>	215
4.3.9. Pengaruh <i>customer satisfaction</i> memediasi <i>perceived service quality</i> terhadap <i>customer loyalty</i>	216
4.3.10. Pengaruh <i>customer satisfaction</i> memediasi <i>mobile service quality</i> terhadap <i>customer loyalty</i>	216
4.3.11. Pengaruh <i>personal innovativeness</i> memoderasi <i>customer satisfaction</i> terhadap <i>customer loyalty</i>	217
4.3.12. Pengaruh <i>personal innovativeness</i> memoderasi <i>mobile service quality</i> terhadap <i>customer loyalty</i>	218
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	219
5.1. Kesimpulan.....	219
5.2. Saran	220
5.2.1 Saran Praktis	220
5.2.2 Saran Teoritis	222
DAFTAR PUSTAKA	223
LAMPIRAN.....	241