

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan.....	1
1.1.2 Visi dan Misi perusahaan.....	1
1.1.3 Logo perusahaan.....	1
1.1.4 Fitur pada Shopee	2
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Perumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Kegunaan penelitian	12
1.5.1 Aspek Teoristis	12
1.5.2 Aspek Praktis	12
1.6 Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Tinjauan Pustaka.....	14

2.1.1 Pemasaran	14
2.1.2 E-commerce	14
2.1.3 Promosi	15
2.1.5 Kepuasan Pelanggan	16
2.1.6 Loyalitas Pelanggan	17
2.1.7 Hubungan Promosi dengan Kepuasan Pelanggan	18
2.1.8 Hubungan Promosi Dengan Loyalitas Pelanggan	19
2.1.9 Hubungan Kepuasan Pelanggan Dengan Loyalitas.....	19
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.2.1 Jurnal Skripsi	20
2.2.2 Jurnal Nasional	24
2.2.3 Jurnal Internasional	27
2.3 Kerangka Pemikiran	29
2.4 Hipotesis Penelitian	31
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Jenis Penelitian.....	32
3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran	32
3.2.1 Operasionalisasi Variabel	32
3.2.2 Skala Pengukuran	36
3.3 Tahapan Penelitian.....	37
3.4 Populasi dan Sampel.....	37
3.4.1 Populasi	37
3.4.2 Sampel dan Teknik Sampling	37
3.5 Pengumpulan Data.....	39
3.5.1 Sumber Data	39
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	39

3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	39
3.6.1 Uji Validitas	40
3.6.2 Uji Reliabilitas	41
3.7 Teknik Analisis Data	42
3.7 Pengukuran SEM-PLS	44
3.8 Uji Hipotesis.....	46
3.8.1 Direct Effect (Uji T)	46
3.8.2 <i>Indirrect Effect</i> (Uji Mediasi)	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Karakteristik Responden	49
4.1.1 Provinsi Lokasi Responden	49
4.1.2 Jenis Kelamin.....	50
4.1.3 Umur Responden.....	50
4.1.4 Pendapatan Responden.....	51
4.1.5 Pekerjaan Responden	51
4.2 Analisis Deskriptif	52
4.2.1 Analisis Responden pada Promosi	52
4.2.2 Analisis Responden pada Kepuasan Pelanggan	54
4.2.3 Analisis Responden pada Loyalitas Pelanggan	55
4.3 Analisis <i>SEM-PLS</i>	57
4.3.1 Outer Model.....	57
4.3.2 Inner model.....	61
4.4 Analisis Hipotesis	63
4.4.1 Hasil Analisis <i>Direct Effect</i>	63
4.4.2 Hasil Analisis <i>Indirect Effect</i>	64
4.5 Pembahasan.....	65
4.5.1 Hasil analisis deskriptif variabel promosi.....	65

4.5.2 Hasil analisis deskriptif variabel kepuasan pelanggan.....	66
4.5.3 Hasil analisis deskriptif variabel loyalitas pelanggan	66
4.5.4 Hasil analisis pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan.....	66
4.5.5 Hasil analisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan	66
4.5.6 Hasil analisis pengaruh promosi terhadap loyalitas pelanggan	67
4.5.7 Hasil analisis pengaruh promosi dengan kepuasan pelanggan sebagai mediasi terhadap loyalitas pelanggan	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	68
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Saran	68
5.2.1 Saran Untuk Perusahaan	68
5.2.2 Saran untuk peneliti.....	69
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	74