

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Visi, Misi, dan Motto Perusahaan.....	3
1.2 Latar Belakang	3
1.3 Rumusan Masalah.....	14
1.4 Pertanyaan penelitian.....	15
1.5 Tujuan Penelitian	16
1.6 Manfaat Penelitian	18
1.6.1 Aspek Akademik.....	18
1.6.2 Aspek Praktis	18
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	18
BAB II	20
TINJAUAN PUSTAKA	20
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	20
2.1.1 Pemasaran	20

2.1.1 Perilaku Konsumen.....	20
2.1.3 <i>E-commerce</i>	21
2.1.4 <i>Service Quality</i>	22
2.1.5 <i>Customer Satisfaction</i>	23
2.1.6 <i>Brand Image</i>	24
2.1.7 <i>Price Discount</i>	24
2.1.8 <i>Perceived Ease of Use</i>	25
2.1.9 <i>Customer Loyalty</i>	26
2.1.8 Penelitian Terdahulu.....	28
2.2 Kerangka Pemikiran.....	54
2.3 Pengembangan Hipotesis Penelitian.....	57
2.3.1 Hubungan antara <i>Service Quality</i> terhadap <i>Brand Image</i>	57
2.3.2 Hubungan antara <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	58
2.3.3 Hubungan antara <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	59
2.3.4 Hubungan antara <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	60
2.3.5 Hubungan antara <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	60
2.3.6 Hubungan antara <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> ..	61
2.3.7 Hubungan antara <i>Price Discount</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	61
2.3.8 Hubungan antara <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	62
2.3.9 Hubungan antara <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> yang dimediasi oleh <i>Customer Satisfaction</i>	63
2.3.10 Hubungan antara <i>Price Discount</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> yang dimediasi oleh <i>Customer Satisfaction</i>	64
2.3.11 Hubungan antara <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> yang dimediasi oleh <i>Customer Satisfaction</i>	65
2.3.12 Hubungan antara <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> yang dimediasi oleh <i>Brand Image</i> dan <i>Customer Satisfaction</i>	65
2.3.13 Hubungan antara <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> yang dimediasi oleh <i>Brand Image</i>	66

BAB III	68
METODE PENELITIAN	68
3.1 Jenis Penelitian.....	68
3.2 Operasional Variabel	69
3.3 Tahapan Penelitian	76
3.4 Populasi dan Sampel	77
3.4.1 Populasi.....	77
3.4.2 Sampel	78
3.4.3 Teknik Sampling.....	79
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	80
3.5.1 Jenis Data	80
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	80
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	81
3.6.1 Uji Validitas	81
3.6.2 Uji Reliabilitas	83
3.7 Teknik Analisis Data.....	84
3.7.1 Analisis Deskriptif	84
3.7.2 <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM) - <i>Partial Least Square</i> (PLS)....	86
3.8 Uji Fit (<i>Goodnes of Fit</i>)	90
3.9 Uji Hipotesis	90
3.10 Uji Variabel Mediasi	91
BAB IV	93
PEMBAHASAN	93
4.1 Karakteristik Responden.....	93
4.1.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	96
4.1.2 Responden Berdasarkan Usia	97
4.1.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	98

4.1.4 Responden Berdasarkan Penghasilan	99
4.2 Hasil Penelitian.....	100
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	100
4.2.2 Uji <i>Outer Model</i>	108
4.2.3 <i>Inner Model</i>	114
4.2.4 Uji FIT (<i>Goodness of Fit</i>)	118
4.2.5 Uji Hipotesis	119
4.2.6 Uji Variabel Mediasi.....	125
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	126
4.3.1 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Brand Image</i>	126
4.3.2 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	126
4.3.3 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	127
4.3.4 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	128
4.3.5 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	129
4.3.6 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	129
4.3.7 Pengaruh <i>Price Discount</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	130
4.3.8 Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	131
4.3.9 Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> yang dimediasi oleh <i>Customer Satisfaction</i>	132
4.3.10 Pengaruh <i>Price Discount</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> yang dimediasi oleh <i>Customer Satisfaction</i>	132
4.3.11 Pengaruh antara <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> yang dimediasi oleh <i>Customer Satisfaction</i>	133
4.3.12 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> yang dimediasi oleh <i>Brand Image</i> dan <i>Customer Satisfaction</i>	134
4.3.13 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> yang dimediasi oleh <i>Brand Image</i>	135
4.3.14 Pembahasan Hasil Penelitian Terhadap Penelitian Terdahulu	136
4.3.15 <i>Research Limitation</i>	137
BAB V.....	138

KESIMPULAN DAN SARAN	138
5.1 Kesimpulan	138
5.2 Saran.....	141
5.2.1 Saran Praktis	141
5.2.2 Saran Teoritis	145
Daftar Pustaka.....	147
LAMPIRAN.....	156