

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1. Profil Perusahaan	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	2
1.3 Perumusan Masalah.....	11
1.4 Pertanyaan Penelitian	12
1.5 Tujuan Penelitian.....	13
1.6 Manfaat Penelitian.....	14
1.6.1. Aspek Teoritis.....	14
1.6.2. Manfaat Praktis	15
1.7 Sistematika Penulisan.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1. Tinjauan Pustaka	17
2.1.1. Manajemen Operasi	17

2.1.2. Manajemen Kualitas	20
2.1.3. <i>Service Quality</i>	21
2.1.4. <i>E-Service Quality</i>	22
2.1.5. <i>Mobile Service Quality</i>	23
2.1.6. <i>Customer Satisfaction</i>	24
2.1.7. <i>Customer Loyalty</i>	25
2.1.8. <i>Customer Loyalty Intention</i>	26
2.1.9. <i>Mobile Commerce</i>	26
2.2 Penelitian Terdahulu.....	29
2.3. Kerangka Pemikiran	40
2.4. Hipotesis Penelitian	42
BAB III METODE PENELITIAN	52
3.1. Jenis Penelitian	52
3.2. Variabel	53
3.2.1. Jenis Variabel.....	53
3.2.2. Skala Pengukuran	55
3.3 Operasionalisasi Variabel.....	56
3.4. Tahapan Penelitian	60
3.5. Populasi dan Sampel	62
3.5.1. Populasi.....	62
3.5.2. Sampel	62
3.6. Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	65
3.7. Uji Validitas dan Reliabilitas	66
3.7.1. Uji Validitas.....	66
3.7.2. Uji Reliabilitas	68

3.8. Teknik Analisis Data	69
3.8.1. Structure Equation Model (SEM)	69
3.8.2. Analisis Data Partial Least Square (PLS)	71
3.8.3. <i>Importance and Performance Map Analysis (IPMA)</i>	74
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	77
4.1 Response Rate	77
4.2 Karakteristik Responden	77
4.2.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	78
4.2.2 Karakteristik Berdasarkan Asal Daerah.....	78
4.2.3 Karakteristik Berdasarkan Usia	79
4.2.4 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	80
4.2.5 Karakteristik Berdasarkan Status Pekerjaan	80
4.2.6 Karakteristik Berdasarkan Penghasilan Setiap Bulannya	81
4.2.7 Karakteristik Berdasarkan Seberapa Sering Melakukan Pembelian Produk Melalui Aplikasi <i>Mobile Commerce</i> Olx Setiap Bulannya.....	82
4.3 Hasil Penelitian.....	82
4.3.1 Hasil Penelitian Deskriptif.....	82
4.3.2 Tanggapan Responden Mengenai Jaminan (<i>Assurance</i>)	83
4.3.3 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Informasi (<i>Information Quality</i>).....	85
4.3.4 Tanggapan Responden Mengenai Personalisasi (<i>Personalization</i>).....	86
4.3.5 Tanggapan Responden Mengenai Keandalan (<i>Reliability</i>)	88
4.3.6 Tanggapan Responden Mengenai Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)....	89
4.3.7 Tanggapan Responden Mengenai Keamanan (<i>Security</i>).....	91
4.3.8 Tanggapan Responden Mengenai Kegunaan (<i>Usability</i>)	92

4.3.9 Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan (<i>Costumer Satisfaction</i>)	94
4.3.10 Tanggapan Responden Mengenai Niat Loyalitas Pelanggan (<i>Costumer Loyalty Intention</i>).....	96
4.4 Analisis Structural Equation Model Partial Least Square (SEM-PLS)	97
4.4.1 Uji Normalitas Data	97
4.4.2 Evaluasi <i>outer model</i>	99
4.4.3 Evaluasi Inner Models (F Square)	107
4.4.4 Uji Hipotesis (<i>bootstrapping</i>)	111
4.4.5 Hasil penelitian dan pembahasan.....	114
4.4.6 Pembahasan Hipotesis	115
4.4.7 <i>Importance and Performance Map Analysis (IPMA)</i>	128
4.4.8 Analisis IPMA Berdasarkan Variabel <i>Customer Loyalty Intention</i>	129
4.4.9 Hubungan Antara Garis Kontinum, Uji Hipotesis, dan <i>Ipma</i>	136
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	138
5.1 Kesimpulan.....	138
5.2 Saran	140
5.2.1 Aspek Praktis	140
5.2.2 Aspek Teoritis.....	142
DAFTAR PUSTAKA	144
LAMPIRAN.....	153