

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	10
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	12
BAB II.....	14
TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	14
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	14
2.1.2 Consumer Behavior.....	15
2.1.3 Service Quality.....	16
2.1.4 Perceived Value	18
2.1.5 Kepercayaan.....	19
2.1.6 Customer Satisfaction	20
2.2 Kerangka Pemikiran.....	29
2.2.1 Service Quality terhadap kepuasan merchant Metode Pembayaran QRIS	31
2.2.2 Perceived value terhadap kepuasan merchant Metode Pembayaran QRIS	32
2.2.3 Kepercayaan terhadap kepuasan merchant Metode Pembayaran QRIS ..	32
2.3 Hipotesis Penelitian.....	33
BAB III.....	35
METODE PENELITIAN.....	35

3.1 Jenis Penelitian.....	35
3.2 Operasionalisasi Variabel.....	36
3.2.1 Variabel Penelitian.....	36
3.2.2 Skala Pengukuran.....	40
3.3 Tahapan Penelitian	42
3.4 Populasi dan Sampel/Situasi Sosial	44
3.4.4 Metode Pengumpulan Sampel.....	46
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data	47
3.5.1 Pengumpulan Data	47
3.5.2 Sumber Data.....	49
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	49
3.7 Teknik Analisis Data.....	52
3.7.1 Multivariat.....	53
3.7.2 Deskriptif.....	53
3.7.3 SEM.....	55
3.7.4 PLS	56
3.7.5 Outer model.....	57
3.7.6 Inner model	59
3.7.7 Uji Hipotesis.....	60
BAB IV	62
PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	62
4.1 Karakteristik Responden	62
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	64
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha	65
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Menggunakan QRIS66	
4.2 Hasil Penelitian	67
4.2.1 Analisis Deskriptif	67
4.2.1.1 Analisis Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i>	67
4.2.1.2 Analisis Deskriptif Variabel <i>Perceived Value</i>	69
4.2.1.3 Analisis Deskriptif Variabel <i>Customer Trust</i>	70
4.2.1.4 Analisis Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	72
4.2.2 Analisis Structural Equation Modeling (SEM)	74
4.2.2.1 Outer Model	74

4.2.2.2 Inner Model.....	78
4.2.2.3 Uji Hipotesis.....	81
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	83
4.3.1 H1 : Service Quality berpengaruh positif terhadap Trust	85
4.3.2 H ₂ : Service Quality berpengaruh positif terhadap Customer Satisfaction	86
4.3.3 H ₃ : Customer Perceived Value berpengaruh positif terhadap Trust	86
4.4.4 H ₄ : Customer Perceived Value berpengaruh positif terhadap Customer Satisfaction.....	87
4.4.5 H ₅ : Trust berpengaruh positif terhadap Customer Satisfaction.....	87
4.4.6 H ₆ : Service Quality berpengaruh positif terhadap Customer Satisfaction melalui Trust	88
4.4.7 H ₇ : Customer Perceived Value berpengaruh positif terhadap Customer Satisfaction melalui Trust	88
BAB V.....	90
KESIMPULAN DAN SARAN.....	90
5.1 Kesimpulan	90
5.2 Saran.....	91
5.2.1 Saran Praktis.....	91
5.2.2 Saran Teoritis	91
DAFTAR PUSTAKA	92