

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Pertanyaan Penelitian .....	13
1.3. Tujuan Penelitian.....	14
1.4. Manfaat Penelitian.....	15
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>17</b>
2.1. Teori Pendukung .....	17
A. Pemulihan Layanan.....	17
B. Kewajaran Harga.....	20
C. Citra Merek .....	22
D. Kepuasan Konsumen.....	24
E. Loyalitas Konsumen .....	26
F. Hasil Penelitian yang Relevan .....	30
2.2. Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis.....	31
A. Pemulihan Layanan dan Kepuasan Konsumen .....	31
B. Kewajaran Harga dan Kepuasan Konsumen.....	32
C. Citra Merek dan Kepuasan Konsumen .....	32

D.	Pemulihan Layanan dan Loyalitas Konsumen.....	33
E.	Kewajaran Harga dan Loyalitas Konsumen.....	34
F.	Citra Merek dan Loyalitas Konsumen .....	35
G.	Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen.....	36
H.	Model Penelitian .....	37
I.	Hipotesis.....	38
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>39</b>
3.1.	Waktu dan Tempat Penelitian .....	39
3.2.	Desain Penelitian .....	39
3.3.	Populasi dan Sampel .....	40
A.	Populasi.....	40
B.	Sampel.....	40
3.4.	Pengembangan Instrumen .....	43
A.	Variabel Penelitian .....	43
B.	Operasionalisasi Variabel.....	44
C.	Skala Pengukuran.....	46
3.5.	Teknik Pengumpulan Data .....	46
3.6.	Teknik Analisis Data .....	47
A.	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	47
B.	Teknik <i>Structural Equation Modelling</i> .....	49
C.	Uji Hipotesis .....	53
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>54</b>
4.1.	Deskripsi Data .....	54
A.	Karakteristik Responden .....	54
B.	Analisis Deskriptif .....	60

4.2.	Hasil Pengujian dan Pembahasan .....	67
A.	Uji Validitas dan Reliabilitas Data.....	67
B.	Pengujian Hipotesis.....	83
C.	Pembahasan.....	83
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>88</b>
5.1.	Kesimpulan.....	88
5.2.	Implikasi .....	90
A.	Implikasi Teoritis Penelitian .....	90
B.	Implikasi Manajerial .....	93
C.	Implikasi Deskriptif Variabel.....	94
5.3.	Saran.....	95
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>97</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>105</b>
<b>RIWAYAT PENULIS.....</b>		<b>120</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Dampak Covid-19 pada Penjualan <i>Online</i> di Tahun 2020 .....	6
Gambar I.2 <i>Top Brand Index</i> Jasa Pengiriman Tahun 2020 .....	12
Gambar II.1 Kerangka Pemikiran .....	37
Gambar III.1 Model Struktural SEM .....	50
Gambar IV.1 <i>Pie Chart</i> Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Gambar IV.2 <i>Pie Chart</i> Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	55
Gambar IV.3 <i>Pie Chart</i> Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal..	56
Gambar IV.4 <i>Pie Chart</i> Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	57
Gambar IV.5 Model <i>First Order Construct</i> Variabel Pemulihan Layanan .....	73
Gambar IV.6 Model <i>First Order Construct</i> Variabel Kewajaran Harga .....	74
Gambar IV.7 Model <i>First Order Construct</i> Variabel Citra Merek.....	75
Gambar IV.8 Model <i>First Order Construct</i> Variabel Kepuasan Konsumen.....	76
Gambar IV.9 Model <i>First Order Construct</i> Variabel Loyalitas Konsumen.....	77
Gambar IV.10 <i>Full Model</i> SEM AMOS .....	78
Gambar IV.11 <i>Fitted Model</i> SEM AMOS .....	80

## DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Hasil Penelitian yang Relevan.....	30
Tabel III.1 Kajian Penelitian Terdahulu.....	42
Tabel III.2 Operasionalisasi Variabel .....	44
Tabel III.3 Skala Likert- <i>Type</i> .....	46
Tabel III.4 Nilai <i>Loading Significant</i> EFA Berdasarkan Jumlah Sampel .....	48
Tabel III.5 <i>Goodness of Fitted Indices</i> .....	52
Tabel IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	55
Tabel IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	56
Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal .....	57
Tabel IV.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	58
Tabel IV.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Jenis Kelamin ..	59
Tabel IV.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Usia.....	59
Tabel IV.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Tempat Tinggal .....	60
Tabel IV.8 Deskriptif Variabel Pemulihan Layanan.....	61
Tabel IV.9 Deskriptif Variabel Kewajaran Harga .....	62
Tabel IV.10 Deskriptif Variabel Citra Merek .....	64
Tabel IV.11 Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen .....	65
Tabel IV.12 Deskriptif Variabel Loyalitas Konsumen .....	66
Tabel IV.13 KMO and Bartlett's Test Variabel Pemulihan Layanan .....	67
Tabel IV.14 Pernyataan dan <i>Factor Loading</i> Variabel Pemulihan Layanan .....	68
Tabel IV.15 KMO and Bartlett's Test Variabel Kewajaran Harga .....	69
Tabel IV.16 Pernyataan dan <i>Factor Loading</i> Variabel Kewajaran Harga.....	69

Tabel IV.17 KMO and Bartlett's Test Variabel Citra Merek .....	69
Tabel IV.18 Pernyataan dan <i>Factor Loading</i> Variabel Citra Merek .....	70
Tabel IV.19 KMO and Bartlett's Test Variabel Kepuasan Konsumen .....	70
Tabel IV.20 Pernyataan dan <i>Factor Loading</i> Variabel Kepuasan Konsumen.....	70
Tabel IV.21 KMO and Bartlett's Test Variabel Loyalitas Konsumen .....	71
Tabel IV.22 Pernyataan dan <i>Factor Loading</i> Variabel Loyalitas Konsumen.....	71
Tabel IV.23 Uji Reliabilitas .....	72
Tabel IV.24 Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel Pemulihan Layanan.....	73
Tabel IV.25 Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel Kewajaran Harga.....	74
Tabel IV.26 Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel Citra Merek .....	75
Tabel IV.27 Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel Kepuasan Konsumen.....	76
Tabel IV.28 Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel Loyalitas Konsumen .....	77
Tabel IV.29 Hasil Uji <i>Full Model</i> SEM AMOS .....	79
Tabel IV.30 Hasil Uji <i>Fitted Model</i> SEM AMOS .....	80
Tabel IV.31 Pernyataan Indikator <i>Fitted Model</i> .....	82
Tabel IV.32 Hasil Uji Hipotesis .....	83

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul
1	Kuesioner Penelitian
2	Hasil <i>Exploratory Factor Analysis</i>
3	Hasil <i>Confirmatory Factor Analysis</i>
4	Hasil <i>Fitted Model SEM</i>