

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kebaruan Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN TEORITIK.....	11
2.1 Deskripsi Konseptual.....	11
2.1.1 Loyalitas Pelanggan (<i>Customer Loyalty</i>) (Y).....	11
2.1.2 Kualitas Pelayanan Elektronik (<i>E-Service Quality</i>) (X1).....	12
2.1.3 Promosi (<i>Promotion</i>) (X2).....	16
2.1.4 Kepuasan Pelanggan (<i>Customer Satisfaction</i>) (Z).....	18
2.2 Kerangka Teori dan Hipotesis	21
2.2.1 Kerangka Teori.....	21
2.2.2 Kerangka Hipotesis	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	28
3.2 Pendekatan Penelitian	28
3.3 Populasi dan Sampel.....	29
3.4 Penyusunan Instrumen	32
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.6 Teknik Analisis Data	39

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Deskripsi Data.....	46
4.2 Analisis Deskriptif	49
4.3 Uji Instrumen	56
4.4 <i>Full Model SEM</i>	58
4.5 <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	59
4.6 Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	64
4.7 Uji Hipotesis	66
4.8 Implikasi Manajerial.....	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	46
5.1 Kesimpulan.....	46
5.2 Implikasi	74
5.3 Keterbatasan Penelitian	76
5.4 Saran Penelitian	76
DAFTAR PUSTAKA.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Daftar Dompok Digital Terbesar di Indonesia Kuartal IV 2017-Kuartal II 2019.....	2
Gambar II.1	Kerangka Hipotesis.....	26
Gambar III.1	<i>Model SEM</i>	43
Gambar IV.1	<i>Full Model SEM</i>	57
Gambar IV.2	Model <i>First Order Construct E-Service Quality</i>	59
Gambar IV.3	Model <i>First Order Promotion</i>	60
Gambar IV.4	Model <i>First Order Construct Customer Satisfaction</i>	61
Gambar IV.5	Model <i>First Order Construct Customer Loyalty</i>	62
Gambar IV.6	<i>T-Value SEM</i>	65

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Kebaruan Penelitian.....	9
Tabel III.1	Operasional Variabel.....	33
Tabel III.2	Pengukuran Skala Likert.....	36
Tabel III.3	<i>Goodness of Fit Indices</i>	42
Tabel IV.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel IV.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel IV.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	46
Tabel IV.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan per Bulan.....	47
Tabel IV.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Domisili.....	48
Tabel IV.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir..	48
Tabel IV.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan.....	49
Tabel IV.8	Analisis Deskriptif Variabel <i>E-Service Quality</i> (X1).....	50
Tabel IV.9	Analisis Deskriptif Variabel <i>Promotion</i> (X2).....	51
Tabel IV.10	Analisis Deskriptif Variabel <i>Customer Sastisfaction</i> (Z).....	52
Tabel IV.11	Analisis Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i> (Y).....	54
Tabel IV.12	Uji Validitas.....	55
Tabel IV.13	Hasil Uji Reliabilitas.....	56
Tabel IV.14	Hasil <i>Full Model</i> SEM.....	58
Tabel IV.15	<i>First Order Construct</i> Variabel <i>E-Service Quality</i> (X1).....	59
Tabel IV.16	<i>First Order Construct</i> Variabel <i>E-Service Quality</i> (X2).....	60
Tabel IV.17	<i>First Order Construct</i> Variabel <i>Customer Satisfaction</i> (Z)...	62

Tabel IV.18	<i>First Order Construct</i> Variabel <i>Customer Loyalty</i> (Y).....	64
Tabel IV.19	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	64
Tabel IV.20	Hasil Uji Hipotesis.....	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	87
Lampiran 2	Tabulasi Kuesioner.....	97
Lampiran 3	Tabulasi Kuesioner.....	98
Lampiran 4	Tabulasi Kuesioner.....	99
Lampiran 5	Tabulasi Kuesioner.....	100
Lampiran 6	Tabulasi Kuesioner.....	101
Lampiran 7	Tabulasi Kuesioner.....	102
Lampiran 8	Tabulasi Kuesioner.....	103
Lampiran 9	<i>Output Uji Validitas Variabel E-Service Quality.....</i>	104
Lampiran 10	<i>Output Uji Validitas Variabel Promotion.....</i>	105
Lampiran 11	<i>Output Uji Validitas Variabel Customer Satisfaction.....</i>	106
Lampiran 12	<i>Output Uji Validitas Variabel Customer Loyalty.....</i>	107
Lampiran 13	<i>Output Uji Reliabilitas.....</i>	108
Lampiran 14	<i>Output Unstandardized Total and Indirect Effects.....</i>	109
Lampiran 15	<i>Output Unstandardized Total and Indirect Effects.....</i>	110
Lampiran 16	<i>Output Goodness of Fit E-Service Quality.....</i>	111
Lampiran 17	<i>Output Goodness of Fit Promotion.....</i>	112
Lampiran 18	<i>Output Goodness of Fit Customer Satisfaction.....</i>	113
Lampiran 19	<i>Output Goodness of Fit Customer Loyalty.....</i>	114