

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR ORISINALITAS</b> .....	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang Penelitian</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	<b>7</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	<b>8</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	<b>8</b>
1.4.1 Praktis.....	8
1.4.2 Teoritis .....	9
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
<b>2.1 Teori Pendukung</b> .....	<b>10</b>
2.1.1 <i>Customer Loyalty</i> .....	10
2.1.2 <i>Service Quality</i> .....	12
2.1.3 <i>Product Quality</i> .....	14

2.1.4 <i>Customer Satisfaction</i> .....	15
<b>2.2 Kerangka Teoritik dan Pengembangan Hipotesis</b> .....	<b>17</b>
2.2.1 Pengembangan Hipotesis .....	17
A. <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	17
B. <i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	18
C. <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	18
D. <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	19
E. <i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	20
F. <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> .....	21
G. <i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> .....	21
2.2.2 Kerangka Teoritik .....	22
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>24</b>
<b>3.1 Waktu dan Tempat Penelitian</b> .....	<b>24</b>
3.1.1 Waktu Penelitian .....	24
3.1.2 Tempat Penelitian .....	24
<b>3.2 Desain Penelitian</b> .....	<b>24</b>
<b>3.3 Populasi dan Sampel</b> .....	<b>25</b>
3.3.1 Populasi .....	25
3.3.2 Sampel .....	25
<b>3.4 Pengembangan Instrumen</b> .....	<b>26</b>
3.4.1 <i>Customer Loyalty</i> .....	27
a. Definisi Konseptual .....	27
b. Definisi Operasional .....	27

c.	Kisi-kisi Instrumen.....	27
3.4.2	<i>Service Quality</i> .....	29
a.	Definisi Konseptual.....	29
b.	Definisi Operasional.....	29
c.	Kisi-kisi Instrumen.....	29
3.4.3	<i>Product Quality</i> .....	31
a.	Definisi Konseptual.....	31
b.	Definisi Operasional.....	31
c.	Kisi-kisi Instrumen.....	31
3.4.4	<i>Customer Satisfaction</i> .....	32
a.	Definisi Konseptual.....	32
b.	Definisi Operasional.....	32
c.	Kisi-kisi Instrumen.....	33
<b>3.5</b>	<b>Teknik Pengumpulan Data.....</b>	<b>34</b>
<b>3.6</b>	<b>Teknik Analisis Data.....</b>	<b>34</b>
3.6.1	Uji Validitas.....	34
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	35
3.6.3	Uji Hipotesis.....	35
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>38</b>
<b>4.1</b>	<b>Deskripsi Data.....</b>	<b>38</b>
4.1.1	Profil Responden.....	38
4.1.2	Deskripsi Data.....	41
<b>4.2</b>	<b>Hasil.....</b>	<b>44</b>
4.2.1	Uji Validitas.....	44
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	48

4.2.3 Uji Hipotesis .....	48
<b>4.3 Pembahasan.....</b>	<b>51</b>
4.3.1 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	51
4.3.2 Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	51
4.3.3 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	52
4.3.4 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	52
4.3.5 Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	53
4.3.6 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> .....	54
4.3.7 Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> .....	54
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>56</b>
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>56</b>
<b>5.2 Implikasi .....</b>	<b>57</b>
5.2.1 Implikasi Teoritis .....	57
5.2.2 Implikasi Praktis .....	57
<b>5.3 Keterbatasan Penelitian .....</b>	<b>58</b>
<b>5.4 Rekomendasi bagi Penelitian Selanjutnya.....</b>	<b>59</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>61</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>69</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel III.1 Kisi-kisi Instrumen <i>Customer Loyalty</i> .....	27
Tabel III.2 Kisi-kisi Instrumen <i>Service Quality</i> .....	29
Tabel III.3 Kisi-kisi Instrumen <i>Product Quality</i> .....	31
Tabel III.4 Kisi-kisi Instrumen <i>Customer Satisfaction</i> .....	33
Tabel III.5 Skala Pengukuran <i>Likert Genap</i> .....	34
Tabel III.6 <i>Goodness of Fit Indices</i> .....	37
Tabel IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....	38
Tabel IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	39
Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	39
Tabel IV.4 Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	40
Tabel IV.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan .....	40
Tabel IV.6 Analisis Deskriptif <i>Customer Loyalty</i> .....	41
Tabel IV.7 Analisis Deskriptif <i>Service Quality</i> .....	42
Tabel IV.8 Analisis Deskriptif <i>Product Quality</i> .....	43
Tabel IV.9 Analisis Deskriptif <i>Customer Satisfaction</i> .....	44
Tabel IV.10 Nilai <i>Factor Loading Customer Loyalty</i> .....	45
Tabel IV.11 Nilai <i>Factor Loading Service Quality</i> .....	46
Tabel IV.12 Nilai <i>Factor Loading Product Quality</i> .....	47
Tabel IV.13 Nilai <i>Factor Loading Customer Satisfaction</i> .....	47
Tabel IV.14 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> .....	48
Tabel IV.15 Pengujian <i>Goodness of Fit</i> .....	49

Tabel IV.16 Hasil <i>Critical Rasio</i> (CR) .....	50
Tabel IV.17 <i>Standardized Indirect Effects</i> .....	50
Tabel IV.18 <i>Standardized Indirect Effects – Two Tailed Significance</i> .....	50



## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Aktivitas <i>e-commerce</i> di Indonesia pada Tahun 2019.....	2
Gambar I.2 Top 10 <i>e-commerce</i> di Indonesia pada 2020 .....	3
Gambar II.1 Kerangka Teoritik.....	22
Gambar IV.1 Model Struktural Uji Kerangka Teori.....	49

