

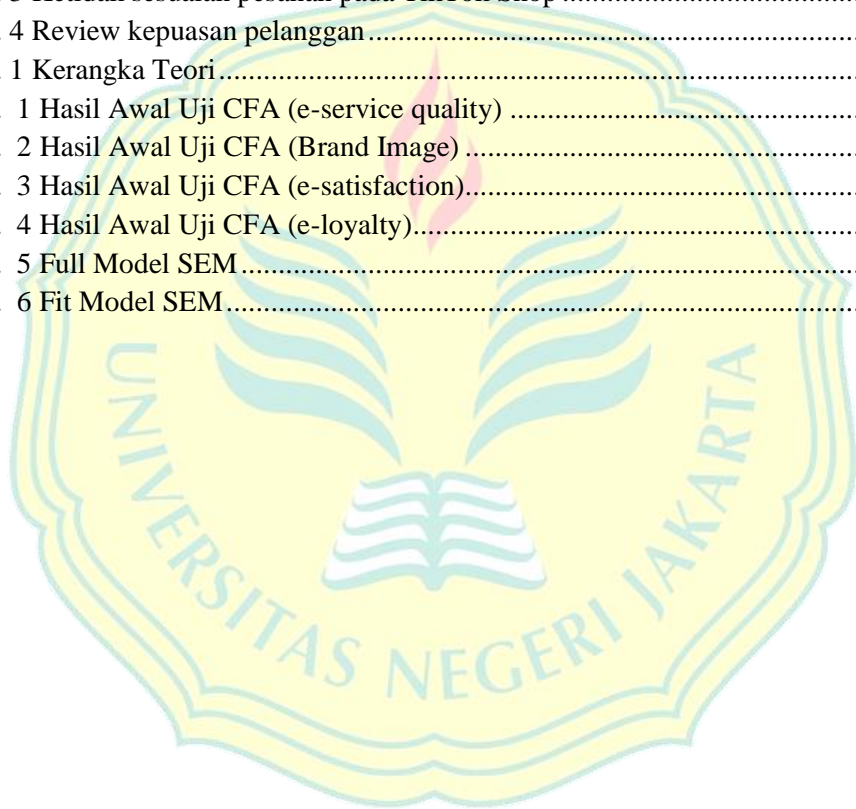
DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
KATA PENGANTAR	viii
LEMBAR PENGESAHAN	v
LEMBAR ORISINALITAS.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Latar Belakang Teori.....	10
2.1.1 <i>Loyalty</i>	10
2.1.2 <i>E-loyalty</i>	11
2.1.3 <i>E-satisfaction</i>	13
2.1.4 <i>Brand Image</i>	16
2.1.5 <i>E-Service Quality</i>	19
2.2 Review Penelitian yang Relevan	22
2.3 Kerangka Teori dan Hipotesis	28
2.3.1 Pengaruh <i>e-service quality</i> terhadap <i>e-loyalty</i>	28
2.3.2 Pengaruh <i>e-service quality</i> terhadap <i>e-satisfaction</i>	30
2.3.3 Pengaruh <i>brand image</i> terhadap <i>e-loyalty</i>	31
2.3.4 Pengaruh <i>brand image</i> terhadap <i>e-satisfaction</i>	31
2.3.5 Pengaruh <i>e-satisfaction</i> terhadap <i>e-loyalty</i>	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	35
3.1.1 Tempat Penelitian.....	35
3.1.2 Waktu Penelitian	35
3.2 Pendekatan Penelitian	35

3.3 Populasi dan Sampel	36
3.3.1 Populasi	36
3.3.2 Sampel.....	36
3.4 Penyusunan Instrumen	37
3.4.1 Variabel Penelitian	37
3.4.2 Variabel Operasional.....	38
3.5 Teknik Pengumpulan Data	41
3.6 Teknik Analisis Data.....	42
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	42
3.6.2 Uji Validitas	42
3.6.3 Uji Realibilitas	43
3.6.4 Uji Kesesuaian Model	43
3.6.4.1 Absolut Fit Measure	43
3.6.4.2 Incremental fit measure	44
3.6.5 Pengujian Hipotesis.....	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Deskripsi Profil Responden.....	46
4.2 Teknik Analisis Data.....	48
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	48
4.2.2 Uji Validitas	54
4.2.3 Uji Reliabilitas	58
4.2.4 Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA).....	59
4.2.5 Uji Kesesuaian Model	63
4.3 Uji Hipotesis	67
4.3.1 Berdasarkan Fit Model.....	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	70
5.1 Kesimpulan	70
5.2 Implikasi	71
5.2.1 Implikasi Teoritis	71
5.2.2 Implikasi Praktis.....	71
5.3 Keterbatasan Penelitian	74
5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN.....	81
RIWAYAT HIDUP.....	120

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Tampilan Customer Service pada Aplikasi TikTok Shop (kanan) dan Shopee (Kiri)	3
Gambar 1. 2 Review pembeli pada aplikasi TikTok Shop	4
Gambar 1. 3 Ketidak sesuaian pesanan pada TikTok Shop	5
Gambar 1. 4 Review kepuasan pelanggan	6
Gambar 2. 1 Kerangka Teori	34
Gambar 4. 1 Hasil Awal Uji CFA (e-service quality)	59
Gambar 4. 2 Hasil Awal Uji CFA (Brand Image)	60
Gambar 4. 3 Hasil Awal Uji CFA (e-satisfaction)	61
Gambar 4. 4 Hasil Awal Uji CFA (e-loyalty)	62
Gambar 4. 5 Full Model SEM	63
Gambar 4. 6 Fit Model SEM	65



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

DAFTAR TABEL

<i>Tabel 2. 1 Review Penelitian yang Relevan.....</i>	<i>27</i>
<i>Tabel 3. 1 Tabel Operasionalisasi Variabel.....</i>	<i>38</i>
<i>Tabel 3. 2 Tabel Nilai Skala Likert</i>	<i>41</i>
<i>Tabel 3. 3 Goodness of Fit Index</i>	<i>45</i>
<i>Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....</i>	<i>46</i>
<i>Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....</i>	<i>46</i>
<i>Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan</i>	<i>47</i>
<i>Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan</i>	<i>47</i>
<i>Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pendapatan</i>	<i>48</i>
<i>Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Wilayah</i>	<i>48</i>
<i>Tabel 4. 7 Tabel Analisis Deskriptif E-Service Quality.....</i>	<i>49</i>
<i>Tabel 4. 8 Tabel Analisis Deskriptif Brand Image</i>	<i>51</i>
<i>Tabel 4. 9 Tabel Analisis Deskriptif E-Satisfaction.....</i>	<i>52</i>
<i>Tabel 4. 10 Tabel Analisis Deskriptif E-Loyalty.....</i>	<i>53</i>
<i>Tabel 4. 11 Hasil Uji KMO (e-service quality)</i>	<i>54</i>
<i>Tabel 4. 12 Exploratory Factor Analysis (e-service quality).....</i>	<i>55</i>
<i>Tabel 4. 13 Hasil Uji KMO (brand image)</i>	<i>56</i>
<i>Tabel 4. 14 Exploratory Factor Analysis (brand image)</i>	<i>56</i>
<i>Tabel 4. 15 Hasil Uji KMO (e-satisfaction)</i>	<i>56</i>
<i>Tabel 4. 16 Exploratory Factor Analysis (e-satisfaction)</i>	<i>57</i>
<i>Tabel 4. 17 Hasil Uji KMO (e-loyalty)</i>	<i>57</i>
<i>Tabel 4. 18 Exploratory Factor Analysis (e-loyalty)</i>	<i>58</i>
<i>Tabel 4. 19 Hasil Uji Reliabilitas.....</i>	<i>58</i>
<i>Tabel 4. 20 Hasil Awal Uji CFA (e-service quality)</i>	<i>60</i>
<i>Tabel 4. 21 Hasil Awal Uji CFA (Brand Image)</i>	<i>61</i>
<i>Tabel 4. 22 Hasil Awal Uji CFA (e-satisfaction)</i>	<i>62</i>
<i>Tabel 4. 23 Hasil Awal Uji CFA (e-loyalty)</i>	<i>63</i>
<i>Tabel 4. 24 Hasil Uji Full Model SEM.....</i>	<i>64</i>
<i>Tabel 4. 25 Hasil Uji Fit Model.....</i>	<i>66</i>
<i>Tabel 4. 26 Pernyataan Indikator Fit Model.....</i>	<i>66</i>
<i>Tabel 4. 27 Uji Hipotesis</i>	<i>67</i>