

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
LEMBAR PENGESAHAN	x
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	xi
KATA PENGANTAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Teori Pendukung	13
2.1.1 <i>Grand Theory</i>	13
2.1.2 <i>Customer Loyalty</i>	14
2.1.3 <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	16
2.1.4 <i>Service Quality</i>	19
2.1.5 <i>Customer Satisfaction</i>	21
2.2 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis	24
2.2.1 <i>Customer Relationship Management dan Customer Loyalty</i>	24

2.2.2 <i>Customer Relationship Management</i> dan <i>Customer Satisfaction</i>	26
2.2.3 <i>Service Quality</i> dan <i>Customer Satisfaction</i>	27
2.2.4 <i>Service Quality</i> dan <i>Customer Loyalty</i>	28
2.2.5 <i>Customer Satisfaction</i> dan <i>Customer Loyalty</i>	29
2.2.6 <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	30
2.2.7 <i>Customer Relationship Management</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	31
2.2.8 Pengembangan Hipotesis	32
BAB III.....	37
METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	37
3.1.1 Waktu Penelitian	37
3.1.2 Tempat Penelitian.....	37
3.2 Desain Penelitian.....	38
3.3 Populasi dan Sampel	39
3.3.1 Populasi.....	39
3.3.2 Sampel	39
3.4 Pengembangan Instrumen.....	40
3.4.1 Definisi Konseptual	40
3.4.2 Definisi Operasional	41
3.4.3 Instrumen <i>Customer Loyalty</i>	42
3.4.4 Instrumen <i>Customer Relationship Management</i>	43
3.4.5 Instrumen <i>Service Quality</i>	44
3.4.6 Instrumen <i>Customer Satisfaction</i>	45

3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.6 Teknik Analisis Data	46
3.6.1 Uji Validitas	46
3.6.2 Uji Reliabilitas	47
3.6.3 Uji Kelayakan Model.....	47
3.6.4 Uji Hipotesis	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Deskripsi Data	50
4.1.1 Profil Responden	50
4.1.2 Profil Data	54
4.2 Hasil	62
4.2.1 Uji Validitas	62
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	64
4.2.3 Uji Kelayakan Model.....	64
4.2.4 Uji Hipotesis.....	68
4.3 Pembahasan.....	70
4.3.1 Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	70
4.3.2 Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	71
4.3.3 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	72
4.3.4 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	73
4.3.5 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	74
4.3.6 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> yang Dimediasi oleh <i>Customer Satisfaction</i>	74

4.3.7 Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> yang Dimediasi oleh <i>Customer Satisfaction</i>	75
BAB V PENUTUP	78
5.1 Kesimpulan.....	78
5.2 Implikasi	81
5.2.1 Implikasi Teoretis.....	81
5.2.2 Implikasi Praktis.....	81
5.3 Keterbatasan Penelitian	82
5.4 Rekomendasi bagi Penelitian Selanjutnya.....	83
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	96
Lampiran 1. Tabel Penelitian Terdahulu	96
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian	99
Lampiran 3. Statistik Deskriptif	106
Lampiran 4. Tabel Uji Hipotesis.....	107
Lampiran 5. Hasil Turnitin	108
Lampiran 6. Daftar Riwayat Hidup	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. <i>The 5 Biggest E-Commerce Monthly Site Visitor Volumes</i> Sumber: Katadata.co.id (2023).....	3
Gambar 2. 1. Model Penelitian.....	32

DAFTAR TABEL

Tabel 3.2. Indikator untuk Mengukur <i>Customer Relationship Management</i>	43
Tabel 3.3. Indikator untuk Mengukur <i>Service Quality</i>	44
Tabel 3.4. Indikator untuk Mengukur <i>Customer Satisfaction</i>	45