

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----|
| LEMBAR PERSETUJUAN..... | i |
| LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS | ii |
| ABSTRAK | iii |
| ABSTRACT..... | iv |
| LEMBAR PENGESAHAN | v |
| KATA PENGANTAR | v |
| DAFTAR ISI..... | vii |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian | 1 |
| 1.2 Pertanyaan Penelitian..... | 9 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 10 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 10 |
| 1.5 Kebaruan Penelitian | 11 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA..... | 13 |
| 2.1 Latar Belakang Teori..... | 13 |
| 2.1.1 Customer Loyalty (Z)..... | 13 |
| 2.1.1.1 Pengertian <i>Customer Loyalty</i> | 13 |
| 2.1.1.2 Dimensi <i>Customer Loyalty</i> | 14 |
| 2.1.2 <i>Customer Satisfaction</i> (Y)..... | 17 |
| 2.1.2.2 Faktor Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> | 18 |
| 2.1.2.3 Dimensi <i>Customer Satisfaction</i> | 19 |
| 2.1.3 <i>Brand Image</i> (X1) | 20 |
| 2.1.3.1 Pengertian <i>Brand Image</i> | 20 |
| 2.1.3.2 Dimensi <i>Brand Image</i> | 22 |

| | | |
|---------|--|----|
| 2.1.4 | <i>E-Service Quality</i> (X2)..... | 25 |
| 2.1.4.1 | Pengertian <i>E-Service Quality</i> | 25 |
| 2.1.4.2 | Dimensi Dan Indikator <i>E-Service Quality</i> | 26 |
| 2.2 | Kerangka Teori..... | 29 |
| BAB III | METODE PENELITIAN | 37 |
| 3.1 | Waktu dan Tempat Penelitian | 37 |
| 3.2 | Pendekatan Penelitian | 37 |
| 3.3. | Populasi dan Sampel | 38 |
| 3.3.1 | Populasi | 38 |
| 3.3.2 | Sampel..... | 38 |
| 3.4 | Penyusunan Instrumen | 39 |
| 3.4.1 | Variabel Penelitian | 39 |
| 3.4.2 | Definisi Operasional..... | 40 |
| 3.4.3 | Skala Pengukuran | 46 |
| 3.5. | Teknik Pengumpulan Data..... | 47 |
| 3.6 | Teknik Analisis Data..... | 47 |
| 3.6.1 | Analisis Deskriptif..... | 48 |
| 3.6.2 | Uji Validitas dan Reliabilitas | 48 |
| 3.6.3 | Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung | 49 |
| 3.6.4 | Kesesuaian Model | 49 |
| 3.6.5 | Pengujian Hipotesis..... | 51 |
| 3.6.6 | Model SEM | 52 |
| BAB IV | HASIL DAN PEMBAHASAN | 54 |
| 4.1 | Deskripsi Data..... | 54 |
| 4.1.1. | Karakteristik berdasarkan jenis kelamin..... | 54 |
| 4.1.2. | Karakteristik berdasarkan Usia..... | 55 |
| 4.1.3. | Karakteristik berdasarkan Pekerjaan | 55 |
| 4.1.4. | Karakteristik berdasarkan Penghasilan..... | 56 |
| 4.2. | Analisis Deskriptif..... | 56 |
| 4.2.1. | Variabel <i>Brand Image</i> (X1) | 56 |
| 4.2.2. | Variabel <i>E-service quality</i> (X2)..... | 58 |

| | |
|---|----|
| 4.2.3. Variabel <i>Customer Satisfaction</i> (Y) | 60 |
| 4.2.4. Variabel <i>Customer Loyalty</i> (Z)..... | 62 |
| 4.3. Uji Instrumen | 63 |
| 4.3.1. Uji Validitas | 63 |
| 4.3.2. Uji Reliabilitas..... | 64 |
| 4.4. Confirmatory Factor Analysis..... | 65 |
| 4.4.1. Full Model SEM | 65 |
| 4.5. Uji Hipotesis..... | 67 |
| 4.6.1. Hasil Uji Hipotesis..... | 70 |
| 4.7 Pembahasan..... | 72 |
| 4.7.1 <i>Brand image</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>customer satisfaction</i> pada Pengguna Grab Food, Go-Food, atau Shopee Food di Jakarta..... | 72 |
| 4.7.2 <i>E-service quality</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>customer satisfaction</i> pada Pengguna Grab Food, Go-Food, atau Shopee Food di Jakarta..... | 73 |
| 4.7.3 <i>Brand image</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>customer loyalty</i> pada Pengguna Grab Food, Go-Food, atau Shopee Food di Jakarta | 73 |
| 4.7.4 <i>E-service quality</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>customer loyalty</i> pada Pengguna Grab Food, Go-Food, atau Shopee Food di Jakarta..... | 74 |
| 4.7.5 <i>Customer satisfaction</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>customer loyalty</i> pada Pengguna Grab Food, Go-Food, atau Shopee Food di Jakarta..... | 74 |
| 4.7.6 <i>Brand image</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>customer loyalty</i> melalui <i>customer satisfaction</i> sebagai variabel <i>Intervening</i> pada pengguna Grab Food, Go-Food, atau Shopee Food di Jakarta. | 75 |
| 4.7.7. <i>E-service quality</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>customer loyalty</i> melalui <i>customer satisfaction</i> | |

| | | |
|-------|--|----|
| | sebagai variabel <i>Intervening</i> pada pengguna Grab Food, Go-Food, atau Shopee Food di Jakarta. | 75 |
| BAB V | KESIMPULAN DAN SARAN..... | 77 |
| | 5.1 Kesimpulan | 77 |
| | 5.2. Implikasi..... | 78 |
| | 5.2.1 Implikasi Teoritis | 78 |
| | 5.2.2 Implikasi Praktis..... | 78 |
| | 5.3. Keterbatasan Penelitian | 80 |
| | 5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya..... | 81 |
| | DAFTAR PUSTAKA | 82 |
| | LAMPIRAN..... | 90 |

DAFTAR GAMBAR

| No. Gambar | Judul Gambar | Hal |
|-------------------|---------------------|------------|
| Gambar 2.1 | Kerangka Teori..... | 35 |
| Gambar 3.1 | Pemodelan SEM..... | 53 |
| Gambar 4.1 | Full Model SEM..... | 66 |
| Gambar 4.2 | T-Value SEM | 69 |

DAFTAR TABEL

| No. Tabel | Judul Tabel | Hal |
|------------|---|-----|
| Tabel 1.1 | Data Prasurvey Konsumen | 6 |
| Tabel 1.2 | Kebaruan Penelitian..... | 11 |
| Tabel 3.1 | Operasionalisasi Variabel <i>Brand image</i> | 41 |
| Tabel 3.2 | Operasionalisasi Variabel <i>E-service quality</i> | 42 |
| Tabel 3.3 | Operasionalisasi Variabel <i>Customer loyalty</i> | 44 |
| Tabel 3.4 | Operasionalisasi Variabel <i>Customer satisfaction</i> | 45 |
| Tabel 3.5 | Skala Pengukuran <i>Likert</i> | 47 |
| Tabel 3.6 | Skala Pengukuran Likert | 51 |
| Tabel 4.1 | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 54 |
| Tabel 4.2 | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 55 |
| Tabel 4.3 | Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan..... | 55 |
| Tabel 4.4 | Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan | 56 |
| Tabel 4.5 | Nilai analisis deskriptif <i>variable brand image</i> | 56 |
| Tabel 4.6 | Nilai analisis deskriptif <i>variable E-service quality</i> | 58 |
| Tabel 4.7 | Nilai analisis deskriptif <i>variable Customer Satisfaction</i> | 60 |
| Tabel 4.8 | Nilai analisis deskriptif <i>variable Customer Loyalty</i> | 62 |
| Tabel 4.9 | Hasil Uji Validatas | 63 |
| Tabel 4.10 | Hasil Uji Reliabilitas | 65 |
| Tabel 4.11 | Hasil Full Model SEM..... | 66 |
| Tabel 4.12 | Hasil Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung..... | 67 |
| Tabel 4.13 | Hasil Uji Hipotesis | 70 |

DAFTAR LAMPIRAN

| No. Lampiran | Judul Lampiran | Hal |
|---------------------|---------------------------|------------|
| Lampiran 1 | Kuesioner Penelitian..... | 91 |
| Lampiran 2 | Data Tabulasi..... | 97 |