

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
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
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	12
2.1 Teori Pendukung	12
2.1.1 <i>Consumer Satisfaction</i>	12
2.1.2 <i>Perceived Price</i>	15
2.1.3 <i>Product Quality</i>	17
2.1.4 <i>E-Service Quality</i>	19
2.1.5 <i>Consumer Loyalty</i>	20
2.2 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis	22

2.2.1	Pengaruh <i>Perceived Price</i> terhadap <i>Consumer Loyalty</i>	22
2.2.2	Pengaruh <i>Perceived Price</i> terhadap <i>Consumer Satisfaction</i>	23
2.2.3	Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Consumer Satisfaction</i>	23
2.2.4	Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Consumer Loyalty</i>	24
2.2.5	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>Consumer Satisfaction</i>	25
2.2.6	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>Consumer Loyalty</i>	25
2.2.7	Pengaruh <i>Consumer Satisfaction</i> terhadap <i>Consumer Loyalty</i>	26
2.3	Hipotesis Penelitian	27
2.4	Hasil Penelitian yang Relevan.....	28
BAB III METODE PENELITIAN		31
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian	31
3.2	Desain Penelitian	31
3.3	Populasi Dan Sampel.....	31
3.3.1	Populasi	31
3.3.2	Sampel.....	31
3.4	Pengembangan Instrumen.	33
3.4.1	Variabel Penelitian	33
3.4.2	Operasional Variabel.....	34
3.4.3	Skala Pengukuran.....	38
3.5	Teknik Pengumpulan Data	39
3.6	Teknik Analisis Data	39
3.6.1	Analisis Deskriptif	39
3.6.2	Analisa <i>Outer Model</i>	40

3.6.3	<i>Analisa Inner Model</i>	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		44
4.1	Deskripsi Data	44
4.1.1	Jenis Kelamin	44
4.1.2	Usia	44
4.1.3	Pendidikan yang Ditempuh	45
4.1.4	Domisili.....	46
4.1.5	Tempat Tinggal Responden	46
4.1.6	Uang Saku	47
4.1.7	<i>Platform</i>	47
4.1.8	Lama Menggunakan Platform OFD.....	48
4.1.9	Deskriptif Variabel.....	49
4.2	Hasil.....	53
4.2.1	Pengujian <i>Outer Model</i>	53
4.2.2	Pengujian <i>Inner Model</i>	58
4.2.3	Uji Hipotesis	60
4.3	Pembahasan	62
4.3.1	Pengaruh <i>Perceived Price</i> terhadap <i>Consumer Loyalty</i> pada pengguna OFD	62
4.3.2	Pengaruh <i>Perceived Price</i> terhadap <i>Consumer Satisfaction</i> pada pengguna OFD	63
4.3.3	Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Consumer Satisfaction</i> pada pengguna OFD	64

4.3.4	Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Consumer Satisfaction</i> pada pengguna OFD	65
4.3.5	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>Consumer Satisfaction</i> pada pengguna OFD	66
4.3.6	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>Consumer Loyalty</i> pada pengguna OFD	67
4.3.7	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>Consumer Loyalty</i> pada pengguna OFD	68
BAB V PENUTUP		70
5.1	Kesimpulan.....	70
5.2	Implikasi	71
5.2.1	Implikasi Teoretis.....	71
5.2.2	Implikasi Praktis	71
5.3	Keterbatasan Penelitian	72
5.4	Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	73
DAFTAR PUSTAKA		75
LAMPIRAN.....		86

Intelligentia - Dignitas