

## 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>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	15
1.3. Pembatasan Masalah .....	15
1.4. Perumusan Masalah .....	16
1.5. Kegunaan Penelitian .....	16
<b>BAB II KAJIAN TEORETIK</b>	
2.1 Deskripsi Konseptual .....	17
2.1.1 Kepuasan Pelanggan .....	17
2.1.2 Citra Merek .....	27
2.1.3 Harga .....	32
2.1.4 Kualitas Pelayanan .....	37
2.2 Hasil Penelitian yang Relevan .....	40
2.3 Kerangka Teoretik .....	47
2.4 Perumusan Hipotesis Penelitian .....	51
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1. Tujuan Penelitian .....	52
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian .....	52
3.3. Metode Penelitian .....	53
3.4. Populasi dan Sampling .....	55

3.5. Teknik Pengumpulan Data/Operasionalisasi Variabel .....	57
3.5.1. Teknik Pengumpulan Data .....	57
3.5.2. Operasionalisasi Variabel Penelitian .....	59
3.6. Teknik Analisis Data .....	64

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Deskripsi Unit Analisis/Observasi .....	72
4.1.1 Karakteristik Responden Jenis Kelamin .....	73
4.1.2 Karakteristik Responden Usia .....	74
4.1.3 Karakteristik Responden Fakultas .....	75
4.1.4 Karakteristik Responden Jurusan .....	76
4.1.5 Karakteristik Responden Prodi .....	77
4.1.6 Karakteristik Responden Semester .....	78
4.1.7 Karakteristik Responden Usia dan Fakultas .....	79
4.1.8 Karakteristik Responden Usia dan Jurusan .....	80
4.1.9 Karakteristik Responden Usia dan Jenis Kelamin .....	81
4.1.10 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	82
4.2 Deskripsi Data Variabel .....	84
4.2.1 Variabel Kepuasan Pelanggan .....	84
4.2.2 Variabel Citra Merek .....	86
4.2.3 Variabel Harga .....	87
4.2.4 Variabel Kualitas Pelayanan .....	89
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Data .....	91
4.4 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung .....	112
4.5 Pengujian Hipotesis .....	114

## **BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	118
5.2 Implikasi .....	120
5.3 Saran .....	121

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## **RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	<i>Market Size</i> Transportasi .....	2
Tabel 1.2	Jumlah Kendaraan Bermotor Tahun 2010-2014 .....	4
Tabel 1.3	Layanan Ojek <i>Online</i> Berbasis Aplikasi .....	7
Tabel 2.1	Hasil Penelitian yang Relevan .....	45
Tabel 3.1	Skala Likert .....	59
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel Penelitian .....	60
Tabel 3.3	<i>Goodness of Fit Indices</i> .....	69
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Penggunaan Aplikasi Gojek .....	72
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	73
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	74
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas .....	75
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan .....	76
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Prodi .....	77
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Semester .....	78
Tabel 4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia & Fakultas .....	79
Tabel 4.9	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia & Jurusan .....	80
Tabel 4.10	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia & Jenis Kelamin .....	81
Tabel 4.11	Karakteristik Responden Berdasarkan Kelamin & Semester .....	81
Tabel 4.12	Uji Validitas 30 Responden .....	82
Tabel 4.13	Uji Reliabilitas 30 Responden .....	84
Tabel 4.14	Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan .....	85
Tabel 4.15	Deskriptif Variabel Citra Merek .....	86
Tabel 4.16	Deskriptif Variabel Harga .....	88
Tabel 4.17	Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan .....	89
Tabel 4.18	Uji Validitas Variabel Harga .....	92
Tabel 4.19	Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan .....	93
Tabel 4.20	Uji Validitas Variabel Citra Merek .....	95
Tabel 4.21	Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan .....	96
Tabel 4.22	Uji Reliabilitas Variabel .....	97

Tabel 4.23	<i>Second Order Construct</i> Variabel Harga .....	99
Tabel 4.24	<i>Second Order Construct</i> Variabel Kualitas Pelayanan .....	101
Tabel 4.25	<i>Second Order Construct</i> Variabel Citra Merek .....	103
Tabel 4.26	<i>Second Order Construct</i> Variabel Kepuasan Pelanggan .....	105
Tabel 4.27	<i>Fit Model SEM</i> .....	108
Tabel 4.28	Indikator <i>Fit Model SEM</i> .....	110
Tabel 4.29	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung .....	112
Tabel 4.30	Model Persamaan Struktural .....	115
Tabel 5.1	Hasil Pengujian Hipotesis .....	119

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Penelitian .....	50
Gambar 3.1	Diagram Konseptual <i>Full Model</i> .....	71
Gambar 4.1	<i>Second Order Construct</i> Variabel Harga .....	98
Gambar 4.2	<i>Second Order Construct</i> Variabel Kualitas Pelayanan .....	100
Gambar 4.3	<i>Second Order Construct</i> Variabel Citra Merek .....	102
Gambar 4.4	<i>Second Order Construct</i> Variabel Kepuasan Pelanggan .....	104
Gambar 4.5	<i>Full Model SEM</i> .....	106
Gambar 4.6	<i>Fit Model SEM</i> .....	107
Gambar 4.7	<i>Standardized Total Effect SEM</i> .....	114

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul
1	Kuesioner Penelitian
2	Hasil Output Faktor Analisis
3	Hasil Output Reliabilitas
4	Hasil Output <i>Goodness Of Fit</i>
5	Hasil Output <i>Fit Model SEM</i>