

DAFTAR ISI

ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN TEORITIK	13
A. Kajian Teori.....	13
1. Loyalitas.....	13
2. Kebijakan Harga.....	19
3. <i>Trust</i>	25
4. Kepuasan Pelanggan.....	29
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	37
C. Kerangka Berpikir.....	39
D. Hipotesis.....	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	43
A. Objek dan Ruang Lingkup Penelitian.....	43
1. Objek Penelitian.....	43
2. Periode Penelitian.....	43
B. Metode Penelitian.....	43
C. Operasionaliasi Variabel Penelitian.....	44
1. Variabel Bebas (<i>Independen Variable</i>).....	44
2. Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>).....	45
3. Variabel Intervening (<i>Intervening Variable</i>).....	46
D. Metode Pengumpulan Data.....	48
1. Studi Kepustakaan.....	48

2. Kuesioner	48
E. Teknik Penentuan Populasi dan Sampel.....	49
1. Populasi	49
2. Sampel	49
F. Skala Pengukuran.....	51
G. Teknik Analisis Data.....	51
1. Analisis Deskriptif.....	52
2. Uji Validalitas dan Reliabilitas	52
3. Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	55
3. Uji Kesesuaian Model (<i>Godness Of Fit</i>).....	56
4. Uji Hipotesis	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	60
A. Deskripsi Data	60
B. Hasil Analisis Data.....	62
C. Analisis Deskriptif	65
D. <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA)	72
E. <i>Fit Model</i> SEM	78
F. Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	81
G. Uji Hipotesis	83
H. Pembahasan	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	88
A. Kesimpulan.....	88
B. Implikasi	89
C. Saran.....	91

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Nama Tabel	Hal
Tabel I.1	Top Brand Streaming Musik Online 2018	3
Tabel I.2	Daftar Harga Layanan <i>Streaming</i> Musik <i>Online</i>	7
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu	37
Tabel III.1	Operasional Variabel Penelitian	46
Tabel III.2	Skala Pengukuran	51
Tabel III.3	Uji Kesesuaian (Goodness of Fit Incides)	58
Tabel IV.1	Jenis Kelamin dan Usia Responden	60
Tabel IV.2	Jenis kelamin dan Profesi Pekerjaan	61
Tabel IV.3	Hasil Uji Validitas	62
Tabel IV.4	Hasil Uji Realibilitas Kebijakan Harga	64
Tabel IV.5	Hasil Uji Realibilitas <i>Trust</i>	64
Tabel IV.6	Hasil Uji Realibilitas Kepuasan Pelanggan	64
Tabel IV.7	Hasil Uji Realibilitas Loyalitas	65
Tabel IV.8	Nilai Analisis Deskriptif Kebijakan Harga	66
Tabel IV.9	Nilai Analisis Deskriptif <i>Trust</i>	67
Tabel IV.10	Nilai Analisis Deskriptif Kepuasan Pelanggan	69
Tabel IV.11	Nilai Analisis Deskriptif Loyalitas	70
Tabel IV.12	<i>First Order Construct</i> Variabel Kebijakan Harga	72
Tabel IV.13	<i>First Order Construct</i> Variabel <i>trust</i>	74
Tabel IV.14	<i>First Order Construct</i> Variabel Kepuasan Pelanggan	75

Tabel IV.15	<i>First Order Construct</i> Variabel Loyalitas	77
Tabel IV.16	<i>Full Fit Model Goodness of Fit Indices</i>	79
Tabel IV.17	Indikator <i>Fit Model</i>	80
Tabel IV.18	Pengaruh Langsung dan Pengaruh Tidak Langsung	81
Tabel IV.19	Model Persamaan Struktural	83

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Hal
Gambar I.1	Jumlah Pengguna Spotify Tahun 2015 - 2018	4
Gambar I.2	Sumber Pendapatan Spotify 2014-2015	5
Gambar II.1	Mendapatkan dan Mempertahankan Kepercayaan	28
Gambar II.2	Kerangka Berpikir	41
Gambar IV.1	Jumlah Presentase Platform yang digunakan reponden	61
Gambar IV.2	<i>Model First Order Construct</i> Kebijakan Harga	73
Gambar IV.3	<i>Model First Order Construct</i> Kebijakan Trust	74
Gambar IV.4	<i>Model First Order Construct</i> Kepuasan Pelanggan	76
Gambar IV.5	<i>Model First Order Construct</i> Loyalitas	77
Gambar IV.6	<i>Full Model</i> SEM	78
Gambar IV.3	<i>t-Values</i> SEM	83