

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	ii
DAFTAR GAMBAR	iii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Kebaruan Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
2.1 Latar Belakang Teori.....	14
2.1.1 Loyalitas Pelanggan (<i>Customer Loyalty</i>).....	14
2.1.2 Kepuasan Pelanggan (<i>Customer Satisfaction</i>).....	16
2.1.3 Kualitas Layanan (<i>Service Quality</i>).....	19
2.1.4 Persepsi Nilai (<i>Perceived Value</i>).....	24
2.2 Kerangka Teori dan Hipotesis.....	28
2.2.1 Kerangka Teori.....	28
2.2.2 Kerangka Hipotesis.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	35
3.2 Pendekatan Penelitian.....	35
3.3 Populasi dan Sampel.....	36
3.3.1 Populasi.....	36
3.3.2 Sampel.....	36
3.4 Penyusunan Instrumen.....	39
3.4.1 Variabel Penelitian.....	39
3.4.2 Definisi Operasional.....	40
3.4.3 Skala Pengukuran.....	42
3.5 Tehnik Pengumpulan Data.....	42
3.6 Tehnik Analisis Data.....	43
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	43
3.6.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	43
3.6.3 Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	45
3.6.4 Kesesuaian Model.....	45
3.6.5 Pengujian Hipotesis.....	47
3.6.6 Model SEM.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Data.....	48
4.2 Analisis Data.....	51
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Implikasi.....	72
5.3 Keterbatasan.....	74
5.4 Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	76

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Peta <i>E-commerce</i> Indonesia	2
1.2	Informasi Persepsi Nilai Fungsional <i>E-commerce</i> tahun 2018	8
1.3	Pembaruan Penelitian	12
2.1	Definisi <i>Perceived Value</i>	24
3.1	Operasional Variabel	40
3.2	Pengukuran Skala <i>Likert</i>	42
3.3	<i>Goodness of Fit Indices</i>	47
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	48
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan	50
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pemasukan per Bulan	51
4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pengeluaran per Bulan	51
4.7	Hasil Uji Validitas	52
4.8	Hasil Uji Reliabilitas	53
4.9	Analisis Deskriptif <i>Service Quality</i>	53
4.10	Analisis Deskriptif <i>Perceived Value</i>	55
4.11	Analisis Deskriptif <i>Customer Satisfaction</i>	56
4.12	Analisis Deskriptif <i>Customer Loyalty</i>	58
4.13	<i>First Order Construct</i> Variabel <i>Service Quality</i>	59
4.14	<i>First Order Construct</i> Variabel <i>Perceived Value</i>	61
4.15	<i>First Order Construct</i> Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	62
4.16	<i>First Order Construct</i> Variabel <i>Customer Loyalty</i>	63
4.17	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	65
4.18	Model Persamaan Struktural	67

DAFTAR GAMBAR

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Pertumbuhan <i>E-commerce</i> di Asia	2
1.2	<i>Review</i> pelanggan Tokopedia Terkait Faktor <i>Aesthetics</i>	5
1.3	<i>Review</i> pelanggan Tokopedia Terkait Faktor <i>Reliability</i>	5
1.4	<i>Review</i> pelanggan Tokopedia Terkait Faktor <i>Responsiveness</i> dan <i>Contact</i>	6
2.1	Kerangka Hipotesis	33
3.1	Model SEM	48
4.1	Model <i>First Order Construct</i> Varibel <i>Service Quality</i>	60
4.2	Model <i>First Order Construct</i> Varibel <i>Perceived Value</i>	61
4.3	Model <i>First Order Construct</i> Varibel <i>Customer Satisfaction</i>	62
4.4	Model <i>First Order Construct</i> Varibel <i>Customer Loyalty</i>	63
4.5	Full Model SEM	64
4.6	T-Values SEM	66