

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	.xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Research Gap .....	6
1.3 Objek Penelitian.....	7
1.4 Rumusan Masalah.....	9
1.5 Tujuan Penelitian .....	11
1.6 Kegunaan Penelitian .....	11
1.7 Sistematika Penulisan .....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Kajian Teori .....	13
2.1.1 <i>Service Dominant Logic (S-D Logic)</i> .....	13
2.2 Pengembangan Variabel .....	16
2.2.1 Kualitas Layanan Elektronik ( <i>E-Service Quality</i> ).....	16
2.2.2 <i>Customer Involvement</i> .....	19
2.2.3 <i>Customer Engagement</i> .....	21
2.2.4 Loyalitas Pelanggan ( <i>E-Loyalty</i> ).....	23
2.3 Pengaruh antar Variabel.....	26
2.3.1 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>Customer Involvement</i> .....	26
2.3.2 Pengaruh <i>Customer Involvement</i> terhadap <i>Customer Engagement</i> .....	28
2.3.3 Pengaruh <i>Customer Involvement</i> terhadap <i>E-Loyalty</i> .....	30
2.3.4 Pengaruh <i>Customer Engagement</i> terhadap <i>E-Loyalty</i> .....	32
2.3.5 Peran <i>Customer Involvement</i> dalam memediasi hubungan antara <i>E-Service Quality dan E-Loyalty</i> .....	34
2.4 Kerangka Penelitian .....	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	37
3.1.1 Variabel Penelitian .....	37
3.1.2 Definisi Operasional Variabel .....	38
3.2 Populasi dan Sampel.....	40
3.2.1 Populasi .....	40

3.2.2 Sampel .....	40
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	41
3.3.1 Data Primer .....	41
3.3.2 Data Sekunder .....	41
3.4 Metode Pengumpulan data.....	42
3.4.1 Kuesioner .....	42
3.4.2 Studi Pustaka.....	44
3.5 Metode Analisis .....	44
3.5.1 Analisis Kuantitatif .....	44
BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....	51
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	51
4.1.1 Deskripsi Umum Objek Penelitian.....	51
4.1.2 Deskripsi Umum Responden.....	53
4.2 Analisis SEM .....	62
4.2.1 Uji <i>Confirmatory Factor Analysis</i> .....	63
4.2.2 Uji Struktural.....	79
4.2.3 Pengujian Hipotesis.....	87
4.2.4 Pengujian Hipotesis Mediasi.....	90
4.2.5 Analisis <i>Direct Effect, Indirect Effect, dan Total Effect</i> .....	93
4.3 Interpretasi Hasil.....	95
4.3.1 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> (Kualitas Layanan Elektronik) terhadap <i>Customer Involvement</i> .....	95
4.3.2 Pengaruh <i>Customer Involvement</i> terhadap <i>Customer Engagement</i> .....	97
4.3.3 Pengaruh <i>Customer Involvement</i> terhadap <i>E-Loyalty (Loyalitas Pelanggan Elektronik)</i> .....	97
4.3.4 Pengaruh <i>Customer Engagement</i> terhadap <i>E-Loyalty (Loyalitas Pelanggan Elektronik)</i> .....	98
4.3.5 Peran <i>Customer Involvement</i> dalam memediasi antara <i>E-Service Quality dan E-Loyalty</i> .....	99
BAB V PENUTUP.....	101
5.1 Ringkasan Penelitian.....	101
5.2 Kesimpulan atas Diterimanya Hipotesis.....	103
5.3 Kesimpulan Masalah Penelitian.....	105
5.4 Implikasi Teoritis .....	108
5.5 Implikasi Manajerial .....	109
5.6 Keterbatasan.....	113
5.7 Saran untuk Penelitian Mendatang .....	113
DAFTAR PUSTAKA .....	115
LAMPIRAN A .....	125
LAMPIRAN B .....	131
LAMPIRAN C .....	150