

DAFTAR ISI

| | |
|--|------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| SERTIFIKASI..... | ii |
| PENGESAHAN TESIS..... | iii |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN..... | iv |
| ABSTRACT | v |
| ABSTRAK | vi |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR GAMBAR..... | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvi |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1. Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2. Perumusan Masalah..... | 12 |
| 1.3. Tujuan Penelitian..... | 13 |
| 1.4. Manfaat Penelitian..... | 14 |
| 1.4.1. Manfaat Teoritis..... | 14 |
| 1.4.2. Manfaat Praktis | 14 |
| 1.5. Sistematika Penulisan | 14 |
| | |
| BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL | 16 |
| 2.1. Landasan Teori | 16 |
| 2.1.1. Perilaku Konsumen..... | 16 |
| 2.1.3. Loyalitas Pelanggan Elektronik (<i>E-Customer Loyalty</i>) serta Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya..... | 18 |
| 2.1.4. <i>E-Service Quality</i> | 19 |
| 2.1.5. Citra Merek | 21 |

| | | |
|--|--|-----------|
| 2.1.6. | <i>Electronic Customer Satisfaction</i> | 23 |
| 2.2. | Penelitian Terdahulu..... | 24 |
| 2.3. | Hubungan antar Variabel..... | 28 |
| 2.3.1. | Pengaruh antara <i>Electronic service quality</i> terhadap Kepuasan Pelanggan..... | 28 |
| 2.3.2. | Pengaruh antara Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan..... | 29 |
| 2.3.3. | Pengaruh antara <i>Electronic Service Quality</i> terhadap Loyalitas Pelanggan..... | 29 |
| 2.3.4. | Pengaruh antara Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan..... | 30 |
| 2.3.5. | Pengaruh antara Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan..... | 30 |
| 2.4. | Kerangka Pemikiran Teoretis | 31 |
| BAB III METODE PENELITIAN | | 33 |
| 3.1. | Desain dan Objek Penelitian..... | 33 |
| 3.1.1. | Desain Penelitian | 33 |
| 3.1.2. | Objek Penelitian..... | 33 |
| 3.2. | Jenis dan Sumber Data | 34 |
| 3.2.1. | Jenis Data..... | 34 |
| 3.2.2. | Sumber Data | 34 |
| 3.3. | Populasi dan Sampel..... | 35 |
| 3.4. | Definisi Operasional Variabel | 36 |
| 3.5. | Teknik Pengumpulan Data | 38 |
| 3.6. | Teknik Analisis Data | 39 |
| 3.6.1. | Uji Validitas | 39 |
| 3.6.2. | Uji Reliabilitas | 40 |
| 3.6.3. | <i>Structural Equation Model (SEM)</i> | 40 |

| | |
|---|-----------|
| BAB IV ANALISIS DATA | 45 |
| 4.1. Gambaran Umum Perusahaan | 45 |
| 4.2. Gambaran Umum Responden..... | 46 |
| 4.2.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 46 |
| 4.2.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia | 46 |
| 4.2.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir..... | 47 |
| 4.2.4. Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Menggunakan | 48 |
| 4.2.5. Deskripsi Responden Berdasarkan Jumlah Transaksi dengan Tiktok | 48 |
| 4.3. Hasil Analisis Statistik Deskriptif | 49 |
| 4.3.1. Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>E-Service Quality</i> | 50 |
| 4.3.2. Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Brand Image</i> | 51 |
| 4.3.3. Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>E-Customer Satisfaction</i> | 52 |
| 4.3.4. Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>E-Customer Loyalty</i> | 52 |
| 4.4. Analisis <i>Structural Equation Model (SEM)</i> | 54 |
| 4.4.1. Analisis Faktor Konfirmatori (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>) | 54 |
| 4.4.2. Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen | 54 |
| 4.4.2.1. Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen | 56 |
| 4.4.2.2. Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Endogen..... | 57 |
| 4.4.2.3. Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Endogen.... | 60 |
| 4.4.2.4. Analisis Persamaan <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i> | 61 |
| 4.4.3. Uji Normalitas Data | 64 |
| 4.4.4. <i>Multivariate Outliers</i> | 65 |
| 4.4.5. Interpretasi dan Modifikasi Model | 66 |
| 4.4.6. Uji Validitas | 66 |
| 4.4.7. Uji Reliabilitas | 68 |

| | | |
|-----------------------|---|-----------|
| 4.4.8. | Pengujian Hipotesis Penelitian | 69 |
| 4.5. | Pembahasan | 71 |
| 4.5.1. | Pengaruh Variabel <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Customer Satisfaction</i> | 71 |
| 4.5.2. | Pengaruh Variabel <i>Brand Image</i> terhadap <i>E-Customer Satisfaction</i> | 72 |
| 4.5.3. | Pengaruh Variabel <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Customer Loyalty</i> | 73 |
| 4.5.4. | Pengaruh Variabel <i>Brand Image</i> terhadap <i>E-Customer Loyalty</i> | 74 |
| 4.5.5. | Pengaruh Variabel <i>E-Customer Satisfaction</i> terhadap <i>E-Customer Loyalty</i> | 74 |
| BAB V | SIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN | 76 |
| 5.1. | Kesimpulan..... | 76 |
| 5.2. | Implikasi Kebijakan..... | 77 |
| 5.3. | Keterbatasan Penelitian | 78 |
| 5.4. | Agenda Penelitian yang Akan Datang..... | 79 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 80 |
| LAMPIRAN | | 84 |

DAFTAR TABEL

| | | |
|------------|--|----|
| Tabel 1.1 | <i>Research Gap</i> Penelitian..... | 7 |
| Tabel 2.1 | Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap Kepuasan Pelanggan..... | 25 |
| Tabel 2.2 | Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan..... | 25 |
| Tabel 2.3 | Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan..... | 26 |
| Tabel 2.4 | Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> | 27 |
| Tabel 2.5 | Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan..... | 28 |
| Tabel 3.1 | Definisi Operasional Penelitian | 37 |
| Tabel 3.2 | Skala Likert..... | 38 |
| Tabel 3.3 | <i>Goodness of-fit Index</i> | 44 |
| Tabel 4.1 | Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 46 |
| Tabel 4.2 | Deskripsi Responden Berdasarkan Usia | 47 |
| Tabel 4.3 | Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir..... | 47 |
| Tabel 4.4 | Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Menggunakan | 48 |
| Tabel 4.5 | Deskripsi Responden Berdasarkan Jumlah Transaksi dengan Tiktok..... | 49 |
| Tabel 4.6 | Tanggapan Responden tentang <i>E-Service Quality</i> | 50 |
| Tabel 4.7 | Tanggapan Responden tentang <i>Brand Image</i> | 51 |
| Tabel 4.8 | Tanggapan Responden tentang <i>E-Customer Satisfaction</i> | 52 |
| Tabel 4.9 | Tanggapan Responden tentang <i>E-Customer Loyalty</i> | 53 |
| Tabel 4.10 | Uji Kecocokan Diagram Path Variabel Eksogen..... | 56 |
| Tabel 4.11 | Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen | 57 |
| Tabel 4.12 | Uji Kecocokan Diagram Path Variabel Endogen | 60 |
| Tabel 4.13 | Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Endogen..... | 61 |
| Tabel 4.14 | Uji Kecocokan <i>Structural Equation Model</i> Modifikasi | 63 |
| Tabel 4.15 | Hasil Uji Normalitas | 64 |
| Tabel 4.16 | Pengujian <i>Multivariate Outliers</i> | 65 |
| Tabel 4.17 | Uji Validitas | 67 |
| Tabel 4.18 | Perhitungan <i>Construct Variabel</i> dan <i>Variance Extracted</i> | 69 |
| Tabel 4.19 | Hasil Bobot Regresi | 70 |

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|------------|--|----|
| Gambar 2.1 | Kerangka Pemikiran Teoretis | 32 |
| Gambar 4.1 | Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen | 54 |
| Gambar 4.2 | Faktor Konfirmatori Variabel Endogen..... | 58 |
| Gambar 4.3 | Full Model Structural Equation Modelling | 62 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-----|
| LAMPIRAN 1: KUESIONER PENELITIAN | 85 |
| LAMPIRAN 2: IDENTITAS RESPONDEN | 91 |
| LAMPIRAN 3: TABULASI DATA SEM AMOS | 98 |
| LAMPIRAN 4: DOKUMENTASI | 140 |