

DAFTAR ISI

<i>COVER</i>	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	17
1.3 Tujuan Penelitian.....	19
1.4 Manfaat Penelitian.....	19
1.5 Sistematika Penelitian	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	22
2.1 Landasan Teori	22
2.1.1 TAM (<i>Technology Acceptance Model</i>).....	22
2.1.2 Teori SOR (<i>Stimulus-Organism-Response</i>).....	26
2.1.3 Kualitas Layanan (<i>Service Quality</i>).....	27
2.1.4 Kepercayaan (<i>Trust</i>).....	29
2.1.5 Kepuasan Pelanggan (<i>Customer Satisfaction</i>).....	31
2.1.6 Loyalitas Pelanggan (<i>Customer Loyalty</i>).....	34
2.2 Hubungan Antar Variabel	36
2.2.1 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan	36

2.2.2	Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	37
2.2.3	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan	38
2.2.4	Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan	39
2.2.5	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	40
2.3	Penelitian Terdahulu.....	41
2.4	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	46
2.5	Hipotesis.....	47
BAB III METODE PENELITIAN.....		49
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	49
3.1.1	Variabel Penelitian	49
3.1.2	Definisi Operasional Variabel dan Indikator Pengukuran	50
3.2	Populasi dan Sampel	52
3.2.1	Populasi.....	52
3.2.2	Sampel.....	53
3.3	Jenis dan Sumber Data	54
3.3.1	Data Primer	54
3.3.2	Data Sekunder	55
3.4	Metode Pengumpulan Data	55
3.4.1	Kuesioner	55
3.4.2	Studi Kepustakaan.....	57
3.5	Metode Analisis.....	57
3.5.1	Uji Validitas Data.....	58
3.5.2	Uji Reliabilitas Data.....	58
3.5.3	Analisis Univariat.....	58
3.5.4	Analisis Multivariat.....	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		69
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	69
4.1.1	Deskripsi Umum Objek Penelitian	69
4.1.2	Deskripsi Umum Responden.....	70
4.2	Hasil Analisis Data	76
4.2.1	Analisis Data	76
4.2.2	Uji <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA).....	83

4.2.3	Uji <i>Structural Equation Model</i> (SEM).....	97
4.2.4	Pengujian Hipotesis.....	100
4.2.5	Analisis <i>Direct Effect</i> , <i>Indirect Effect</i> , dan <i>Total Effect</i>	103
4.2.6	Uji Efek Mediasi	105
4.3	Interpretasi Hasil	107
4.3.1	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan	107
4.3.2	Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	109
4.3.3	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan	111
4.3.4	Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan	112
4.3.5	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	114
BAB V PENUTUP.....		117
5.1	Simpulan.....	117
5.1.1	Kesimpulan atas Pengajuan Hipotesis	117
5.1.2	Kesimpulan Masalah Penelitian.....	119
5.2	Implikasi Teoritis	121
5.3	Implikasi Manajerial.....	122
5.4	Keterbatasan	125
5.5	Saran untuk Penelitian Mendatang.....	125
DAFTAR PUSTAKA		127
LAMPIRAN.....		132
LAMPIRAN A KUESIONER PENELITIAN		132
LAMPIRAN B JAWABAN KUESIONER PENELITIAN.....		137
LAMPIRAN C TABULASI DATA RESPONDEN.....		148
LAMPIRAN D TABEL <i>MAHALANOBIS DISTANCE</i>		158
LAMPIRAN E HASIL PENGOLAHAN DATA SPSS 25		161