

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN SKRIPSI .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.. .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	15
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	17
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	18
1.4.1 Tujuan Penelitian .....	18
1.4.2 Manfaat Penelitian .....	19
1.5 Sistematika Penulisan .....	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	22
2.1 Landasan Teori .....	22
2.1.1 <i>Expectancy Disconfirmation Theory</i> .....	22
2.1.2 <i>Customer Satisfaction</i> .....	22
2.1.3 <i>Brand Trust</i> .....	25
2.1.4 <i>Customer Loyalty</i> .....	26
2.1.5 <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	28
2.2 Penelitian Terdahulu.....	30
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	31
2.3.1 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> dengan <i>Brand Trust</i> sebagai Variabel	

<i>Intervening</i> .....	31
2.3.2 Pengaruh <i>Brand Trust</i> yang memediasi <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	32
2.3.3 Pengaruh <i>Brand Trust</i> yang memediasi <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	33
2.3.4 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> secara langsung.....	35
2.3.5 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Electronic Word of Mouth</i> secara langsung.....	30
2.4 Kerangka Pemikiran .....	36
BAB III METODE PENELITIAN .....	39
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	39
3.1.1 Variabel Penelitian.....	39
3.1.2 Definisi Operasional Variabel .....	40
3.2. Populasi dan Sampel .....	42
3.2.1 Populasi .....	42
3.2.2 Sampel .....	43
3.3. Jenis dan Sumber Data .....	45
3.3.1 Jenis Data.....	45
3.3.2 Sumber Data .....	46
3.4. Metode Pengumpulan Data .....	47
3.4.1 Kuesioner.....	47
3.4.2 Skala Pengukuran Kuesioner.....	48
3.5. Metode Analisis .....	49
3.5.1 Uji Instrumen Penelitian .....	52
3.5.1.1 Uji Validitas.....	52
3.5.1.2 Uji Reliabilitas .....	53
3.5.1.3. Uji CFA ( <i>Confirmatory Factor Analysis</i> ).....	55
3.5.2 Uji Asumsi Klasik .....	57
3.5.2.1 Uji Normalitas.....	57
3.5.2.2 Uji Multikolinearitas .....	58
3.5.3 Teknik Analisis.....	58
3.5.3.1 Analisis <i>PROCESS</i> .....	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	60
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian.....	60

4.1.1	Data Responden Berdasarkan Rentang Usia.....	60
4.1.2	Data Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	61
4.1.3	Data Responden Berdasarkan Jumlah Penghasilan .....	63
4.1.4	Data Responden Berdasarkan Durasi Penggunaan Shopee .....	64
4.2.	Analisis Data .....	65
4.2.1	Uji Instrumen Penelitian .....	65
4.2.1.1	Uji Validitas.....	65
4.2.1.2	Uji Reliabilitas .....	66
4.2.1.3	Uji <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA).....	68
4.2.2	Uji Asumsi Klasik .....	75
4.2.2.1	Uji Normalitas.....	75
4.2.2.2	Uji Multikolinearitas .....	78
4.2.2.3	Uji Heteroskedastisitas.....	79
4.2.3	Analisis <i>PROCESS</i> .....	83
4.3.	Interpretasi Hasil .....	92
4.3.1	$H_1 = \textit{Customer Satisfaction}$ berpengaruh secara positif terhadap <i>Brand Trust</i> sebagai variabel mediasi .....	93
4.3.2	$H_2 = \textit{Brand Trust}$ yang memediasi <i>Customer Satisfaction</i> berpengaruh positif terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	93
4.3.3	$H_3 = \textit{Brand Trust}$ yang memediasi <i>Customer Satisfaction</i> berpengaruh positif terhadap <i>Electronic Word Of Mouth</i> .....	94
4.3.4	$H_4 = \textit{Customer Satisfaction}$ berpengaruh secara langsung terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	95
4.3.5	$H_5 = \textit{Customer Satisfaction}$ berpengaruh secara langsung terhadap <i>Electronic Word Of Mouth</i> .....	95
BAB V PENUTUP.....		98
5.1.	Kesimpulan.....	98
5.1.1	Kesimpulan Hipotesis.....	98
5.1.2	Kesimpulan Masalah.....	101
5.2.	Implikasi Penelitian .....	102
5.2.1	Implikasi Teoritis .....	102
5.2.2	Implikasi Manajerial.....	104
5.3.	Keterbatasan Penelitian.....	106
5.4.	Saran Penelitian yang Akan Datang .....	107

DAFTAR PUSTAKA.....	109
LAMPIRAN .....	113