

## DAFTAR ISI

|                                                                                                                      |      |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| PERSETUJUAN SKRIPSI .....                                                                                            | ii   |
| LEMBAR PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....                                                                               | iii  |
| PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....                                                                                 | iv   |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....                                                                                          | v    |
| KATA PENGANTAR.....                                                                                                  | vi   |
| ABSTRAK.....                                                                                                         | viii |
| ABSTRACT.....                                                                                                        | ix   |
| DAFTAR ISI.....                                                                                                      | x    |
| DAFTAR GAMBAR .....                                                                                                  | xiii |
| DAFTAR TABEL .....                                                                                                   | xiv  |
| BAB I PENDAHULUAN.....                                                                                               | 1    |
| 1.1 Latar Belakang .....                                                                                             | 1    |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                                                                                            | 19   |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....                                                                                           | 20   |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....                                                                                          | 20   |
| 1.4.1 Manfaat Teoritis.....                                                                                          | 20   |
| 1.4.2 Manfaat Praktis.....                                                                                           | 21   |
| 1.5 Sistematika Penulisan.....                                                                                       | 21   |
| BAB II TELAAH PUSTAKA.....                                                                                           | 23   |
| 2.1 Landasan Teeori dan Penelitian Terdahulu .....                                                                   | 23   |
| 2.1.1 <i>Theory of Planned Behavior</i> .....                                                                        | 23   |
| 2.1.2 <i>Perceived Value</i> .....                                                                                   | 25   |
| 2.1.3 <i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i> .....                                                                  | 30   |
| 2.1.4 <i>Customer Satisfaction</i> .....                                                                             | 35   |
| 2.1.5 <i>Repurchase Intention</i> .....                                                                              | 39   |
| 2.2. Hubungan Antarvariabel dan Pengembangan Hipotesis .....                                                         | 45   |
| 2.2.1 <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....                                             | 45   |
| 2.2.2 E-WOM terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....                                                              | 47   |
| 2.2.3 <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....                                              | 49   |
| 2.2.4 E-WOM terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....                                                               | 50   |
| 2.2.5 <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....                                        | 51   |
| 2.2.6 <i>Customer Satisfaction</i> sebagai Mediasi <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> ..... | 52   |

|                                                                                               |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.2.7 <i>Customer Satisfaction</i> sebagai Mediasi E-WOM terhadap <i>Repurchase Intention</i> | 53 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN                                                                 | 56 |
| 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel                                     | 56 |
| 3.1.1 Variabel Penelitian                                                                     | 56 |
| 3.1.2 Definisi Operasional Variabel                                                           | 57 |
| 3.2 Populasi dan Sampel                                                                       | 58 |
| 3.2.1 Populasi                                                                                | 58 |
| 3.2.2 Sampel                                                                                  | 58 |
| 3.3 Jenis dan Sumber Data                                                                     | 59 |
| 3.3.1 Jenis Penelitian                                                                        | 59 |
| 3.3.2 Data Primer                                                                             | 60 |
| 3.3.3 Data Sekunder                                                                           | 60 |
| 3.4 Metode Pengumpulan Data                                                                   | 60 |
| 3.5 Metode Analisis                                                                           | 61 |
| 3.5.1 Analisis Deskriptif                                                                     | 62 |
| 3.5.2 Analisis <i>Partial Least Square-Structural Equation Modeling</i> (PLS-SEM)             | 63 |
| BAB IV PEMBAHASAN                                                                             | 70 |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian                                                            | 70 |
| 4.2 Deskripsi Responden                                                                       | 71 |
| 4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin                                       | 72 |
| 4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia                                                | 73 |
| 4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Perguruan Tinggi                               | 74 |
| 4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku per Bulan                                 | 74 |
| 4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Layanan yang Pernah Digunakan                 | 75 |
| 4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan dalam 6 Bulan Terakhir         | 76 |
| 4.3 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian                                                   | 77 |
| 4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel <i>Perceived Value</i>                                     | 78 |
| 4.3.2 Analisis Deskriptif Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i> (E-WOM)                    | 79 |
| 4.3.3 Analisis Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>                               | 79 |
| 4.3.4 Analisis Deskriptif Variabel <i>Repurchase Intention</i>                                | 80 |
| 4.4 Analisis Data Menggunakan SEM-PLS                                                         | 80 |
| 4.4.1 Evaluasi Model Pengukuran atau <i>Outer Model</i>                                       | 80 |
| 4.4.2 Evaluasi Model Struktural atau <i>Inner Model</i>                                       | 88 |

|                                                                                                                                             |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 4.4.3 Uji Hipotesis .....                                                                                                                   | 94  |
| 4.5 Pembahasan.....                                                                                                                         | 97  |
| 4.5.1 Pembahasan Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....                                                | 97  |
| 4.5.2 Pembahasan Pengaruh <i>E-WOM</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....                                                          | 99  |
| 4.5.3 Pembahasan Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....                                                 | 100 |
| 4.5.4 Pembahasan Pengaruh <i>E-WOM</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....                                                           | 104 |
| 4.5.5 Pembahasan Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>                                                 | 108 |
| 4.5.6 Pembahasan Peran Mediasi <i>Customer Satisfaction</i> pada Hubungan <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> ..... | 109 |
| 4.5.7 Pembahasan Peran Mediasi <i>Customer Satisfaction</i> pada Hubungan <i>E-WOM</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....           | 110 |
| BAB V PENUTUP.....                                                                                                                          | 113 |
| 5.1 Kesimpulan.....                                                                                                                         | 113 |
| 5.2 Implikasi Penelitian.....                                                                                                               | 115 |
| 5.2.1 Implikasi Teoretis .....                                                                                                              | 115 |
| 5.2.2 Implikasi Praktis .....                                                                                                               | 118 |
| 5.3 Keterbatasan Penelitian.....                                                                                                            | 119 |
| 5.4 Saran.....                                                                                                                              | 120 |
| 5.4.1 Saran bagi Penyedia Layanan Anjem dan Jastip .....                                                                                    | 120 |
| 5.4.2 Saran bagi Pengguna Layanan.....                                                                                                      | 121 |
| 5.4.3 Saran bagi Peneliti Selanjutnya .....                                                                                                 | 121 |
| DAFTAR PUSTAKA.....                                                                                                                         | 124 |
| LAMPIRAN.....                                                                                                                               | 134 |

**FEB UNDIP**