

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Sistematika Penelitian.....	12
BAB II LANDASAN TEORI.....	14
2.1 <i>Grand Theory</i>	14
2.2 Variabel Yang Digunakan Dalam Penelitian.....	17
2.2.1 Loyalitas Konsumen	17
2.2.2 Kepuasan Konsumen	19
2.2.3 <i>Brand Trust</i>	23
2.2.4 <i>Website Quality</i>	26
2.2.4 <i>Service Quality</i>	29
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	32
2.3.1 <i>Brand Trust</i> Dengan Kepuasan Konsumen	32
2.3.2 <i>Website Quality</i> Dengan Kepuasan Konsumen.....	34
2.3.3 <i>Service Quality</i> Dengan Kepuasan Konsumen.....	36
2.3.3 Kepuasan Konsumen Dengan Loyalitas.....	38
2.4 Penelitian Terdahulu.....	39
2.5 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	45
2.6 Hipotesis	46

BAB III METODE PENELITIAN	47
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	47
3.1.1 Variabel Penelitian	47
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	49
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	52
3.2.1 Populasi Penelitian	52
3.2.2 Sampel Penelitian	52
3.3 Jenis dan Sumber Data	54
3.4 Metode Pengumpulan Data	55
3.5 Metode Analisis Data	58
3.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	58
3.5.1.1. Uji Validitas	58
3.5.1.2. Uji Reliabilitas	58
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	59
3.5.2.1. Uji Normalitas.....	59
3.5.2.2. Uji Multikolineritas.....	60
3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	60
3.5.3 Regresi Linier Berganda.....	61
3.5.4 Pengujian Hipotesis	63
3.5.4.1. Uji Statistik F	63
3.5.4.2. Uji Statistik t	64
3.5.5 Uji Determinasi (R^2).....	65
3.6. Uji Sobel.....	65
 BAB IV HASIL DAN ANALISIS	 67
4.1 Gambaran Umum Tokopedia	67
4.2 Gambaran Umum Responden	69
4.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Umur Terhadap Jenis Kelamin.....	70
4.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan Terhadap Jenis Kelamin	70
4.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran Terhadap Jenis Kelamin.....	71
4.2.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Transaksi Pembelian.....	72
4.3 Analisis Kuantitatif	72
4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Brand Trust</i>	74
4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Webiste Quality</i>	76

4.3.3	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Service Quality</i>	78
4.3.4	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen	81
4.3.5	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas Konsumen	84
4.4	Analisis Data	86
4.4.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	86
1.	Uji Validitas	86
2.	Uji Reliabilitas	87
4.4.2	Uji Asumsi Klasik	88
1.	Uji Normalitas	89
2.	Uji Multikolonieritas	90
3.	Uji Heterokedasitas	91
4.4.3	Analisis Regresi Berganda	93
4.4.4	Pengujian Hipotesis	96
1.	Uji t	96
2.	Uji Signifikansi Simultan (uji F)	98
3.	Koefisien Determinasi (R^2)	100
4.4.5	Uji Sobel	101
4.5	Pembahasan	104
BAB V	PENUTUP	114
5.1	Kesimpulan	114
5.1.1	Kesimpulan Hasil Penelitian	114
5.1.2	Kesimpulan Masalah Penelitian	116
5.2	Keterbatasan Penelitian	117
5.3	Saran	117
5.3.1	Saran Bagi Tokopedia	117
5.3.2	Saran Penelitian Yang Akan Datang	120
DAFTAR PUSTAKA		121

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Peringkat PBI c2c di Indonesia 2013-2016.....	5
Tabel 1.2	<i>Market Share</i> situs C2C di Indonesia Tahun 2013-2016.....	6
Tabel 1.3	Peringkat traffic pengunjung situs c2c 2013-2016.....	7
Tabel 1.4	Peringkat situs e-commerce c2c di Semarang.....	7
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	39
Tabel 3.1	Definisi Operasional dan Indikator Variabel Penelitian.....	47
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Umur Terhadap Jenis Kelamin	70
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Pekerjaan Terhadap Jenis kelamin.....	70
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Pengeluaran Terhadap Jenis Kelamin....	71
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Frekuensi Transaksi Pembelian.....	72
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Brand Trust</i>	74
Tabel 4.6	Deskripsi Indeks <i>Brand Trust</i>	75
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Website Quality</i>	76
Tabel 4.8	Deskripsi Indeks <i>Website Quality</i>	76
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Service Quality</i>	78
Tabel 4.10	Deskripsi Indeks <i>Service Quality</i>	79
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen	81
Tabel 4.12	Deskripsi Indeks Kepuasan Konsumen.....	82
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas Konsumen	84
Tabel 4.14	Deskripsi Indeks Loyalitas Konsumen.....	84
Tabel 4.15	Uji Validitas	86
Tabel 4.16	Uji Reliabilitas.....	87
Tabel 4.17	Histogram Normalitas	88
Tabel 4.18	Scatter Plot yang Menunjukkan Normalitas.....	88
Tabel 4.19	Uji Multikolinieritas	90
Tabel 4.20	Uji Heteroskedasitas	91
Tabel 4.21	Koefisien Regresi Berganda dan Hasil Uji t Regresi Ke-I.....	93
Tabel 4.22	Koefisien Regresi Berganda dan Hasil Uji t Regresi Ke-II.....	95
Tabel 4.23	Hasil Uji F	99
Tabel 4.24	Hasil Uji F	99
Tabel 4.25	Uji Koefisien Determinasi Regresi Ke-I	100
Tabel 4.26	Uji Koefisien Determinasi Regresi Ke-II.....	101
Tabel 4.27	Perhitungan Pengaruh <i>Brand Trust</i> Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen.....	102
Tabel 4.28	Perhitungan Pengaruh <i>Website Quality</i> Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen.....	102

Tabel 4.27	Perhitungan Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen.....	103
------------	---	-----