

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SERTIFIKASI.....	ii
PENGESAHAN TESIS	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAKSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kegunaan Penelitian.....	11
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL.....	12
2.1 Telaah Pustaka.....	12
2.1.1 Citra Merek.....	12
2.1.2 Kualitas Layanan	13
2.1.3 Customer Experience.....	14
2.1.4 Kepuasan Pelanggan	15
2.1.5 Loyalitas Pelanggan.....	16
2.2 Pengaruh Antar Variabel	17
2.2.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	17

2.2.2	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	18
2.2.3	Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan ..	19
2.2.4	Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	19
2.2.5	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	20
2.2.6	Pengaruh <i>Customer Experience</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan ...	21
2.2.7	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	21
2.2.8	Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	22
2.2.9	Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	22
2.2.10	Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	23
2.3	Model Penelitian.....	23
BAB III METODE PENELITIAN.....		25
3.1	Data dan Sumber Data.....	25
3.2	Populasi Dan Sampel.....	26
3.2.1	Populasi	26
3.2.2	Sampel dan Penentuan Ukuran Sampel	26
3.2.3	Teknik Pengambilan Sampel	26
3.3	Definisi Operasional.....	27
3.4	Metode Pengumpulan Data	30
3.4.1	Teknik Analisis Data	30
BAB IV ANALISIS DATA		35
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian dan Data Deskriptif	35
4.1.1	Responden Berdasarkan Gender pada Pengguna Gopay.....	35
4.1.2	Responden Berdasarkan Usia pada Pengguna Gopay	36

4.1.3 Responden Berdasarkan Status pada Pengguna Gopay.....	37
4.1.4 Responden Berdasarkan Pendidikan pada Pengguna Gopay.....	38
4.1.5 Responden Berdasarkan Pekerjaan pada Pengguna Gopay.....	38
4.1.6 Responden Berdasarkan Pendapatan pada Pengguna Gopay	39
4.1.7 Responden Berdasarkan Pengeluaran pada Pengguna Gopay.....	40
4.1.8 Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Gopay.....	41
4.1.9 Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Gopay	42
4.1.10 Responden Berdasarkan Gender pada Pengguna OVO.....	43
4.1.11 Responden Berdasarkan Usia pada Pengguna OVO	44
4.1.12 Responden Berdasarkan Status pada Pengguna OVO.....	44
4.1.13 Responden Berdasarkan Pendidikan pada Pengguna OVO.....	45
4.1.14 Responden Berdasarkan Pekerjaan pada Pengguna OVO.....	46
4.1.15 Responden Berdasarkan Pendapatan pada Pengguna OVO	47
4.1.16 Responden Berdasarkan Pengeluaran pada Pengguna OVO.....	48
4.1.17 Responden Berdasarkan Lama Menggunakan OVO.....	49
4.1.18 Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan OVO.....	50
4.2 Proses dan Hasil Analisis/ Komputasi Data	51
4.2.1 Statistik Deskriptif.....	51
4.2.2 Uji Instrumen	61
4.2.2.1 Uji Validitas.....	61
4.2.2.2 Uji Reliabilitas	70
4.2.3 Uji Model.....	72
4.2.3.1 Uji Model Persamaan I	72
4.2.3.2 Uji Model Persamaan II.....	74
4.3 Pengujian Hipotesis	77
4.3.1 Uji T Gopay	77

4.3.1 Hipotesis 1: Citra Merek Berpengaruh Positif Terhadap	
Kepuasan Pelanggan	77
4.3.2 Hipotesis 2: Kualitas Layanan Berpengaruh Positif Terhadap	
Kepuasan Pelanggan	78
4.3.3 Hipotesis 3: <i>Customer Experience</i> Berpengaruh Positif	
Terhadap Kepuasan Pelanggan	78
4.3.4 Hipotesis 4: Citra Merek Berpengaruh Positif Terhadap	
Loyalitas Pelanggan	79
4.3.5 Hipotesis 5: Kualitas Layanan Berpengaruh Positif Terhadap	
Loyalitas Pelanggan	79
4.3.6 Hipotesis 6: <i>Customer Experience</i> Berpengaruh Positif Terhadap	
Loyalitas Pelanggan	79
4.3.7 Hipotesis 7: Kepuasan Pelanggan Berpengaruh Positif	
Terhadap Loyalitas Pelanggan	80
4.3.8 Hipotesis 1: Citra Merek Berpengaruh Positif Terhadap	
Kepuasan Pelanggan	80
4.3.9 Hipotesis 2: Kualitas Layanan Berpengaruh Positif Terhadap	
Kepuasan Pelanggan	81
4.3.10 Hipotesis 3: <i>Customer Experience</i> Berpengaruh Positif	
Terhadap Kepuasan Pelanggan	81
4.3.11 Hipotesis 4: Citra Merek Berpengaruh Positif Terhadap	
Loyalitas Pelanggan	82
4.3.12 Hipotesis 5: Kualitas Layanan Berpengaruh Positif Terhadap	
Loyalitas Pelanggan	82
4.3.13 Hipotesis 6: <i>Customer experience</i> Berpengaruh Positif Terhadap	
Loyalitas Pelanggan	83

4.3.14 Hipotesis 7: Kepuasan Pelanggan Berpengaruh Positif Terhadap	
Loyalitas Pelanggan	83
4.3.2 Uji Efek Mediasi.....	83
4.3.2.1 Uji Efek Mediasi Gopay.....	83
4.3.2.2 Uji Efek Mediasi OVO.....	85
4.4 Pembahasan	86
4.4.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Gopay.....	86
4.4.2 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	
Gopay	87
4.4.3 Pengaruh <i>Customer Experience</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	
Gopay	88
4.4.4 Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Gopay	89
4.4.5 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	
Gopay	89
4.4.6 Pengaruh <i>Customer Experience</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	
Gopay	90
4.4.7 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	
Gopay	91
4.4.8 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan OVO.....	92
4.4.9 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	
OVO	93
4.4.10 Pengaruh <i>Customer Experience</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	
OVO	93
4.4.11 Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan OVO	94
4.4.12 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	
OVO	95

4.4.13 Pengaruh <i>Customer Experience</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan OVO.....	96
4.4.14 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan OVO	96
BAB V SIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN	98
5.1 Kesimpulan.....	98
5.2 Implikasi Kebijakan	99
5.2.1 Implikasi Manajerial	99
5.2.2 Implikasi Teoritis	100
5.3 Keterbatasan Penelitian	102
5.4 Agenda Penelitian Selanjutnya.....	102
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN.....	110