

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1. Profil Perusahaan PT PLN (Persero)	1
1.1.2. Logo Perusahaan	1
1.1.3. Visi dan Misi dan Nilai Perusahaan PT PLN (Persero).....	3
1.1.4. Skala Usaha dan Perkembangan Usaha	4
1.1.5. Produk dan Layanan.....	5
1.1.6. Struktur Organisasi	6
1.2. Latar Belakang Penelitian	7
1.3. Identifikasi Masalah	19
1.4. Tujuan Penelitian.....	20
1.5. Kegunaan Penelitian.....	20
1.6. Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	22
2.1. Tinjauan Pustaka	22
2.1.1. Pengertian Pemasaran	22

2.1.2.	Pengertian Manajemen Pemasaran	22
2.1.3.	Pengertian Jasa	23
2.1.4.	Pengertian Pemasaran Jasa.....	23
2.1.5.	Pengertian Kualitas Pelayanan (<i>Service Quality</i>)	24
2.1.6.	Pengetian <i>E-Service Quality</i>	26
2.1.7.	Pengertian Promosi	27
2.1.8.	Pengertian Kepuasan Pelanggan	30
2.1.9.	Pengertian Loyalitas Pelanggan	32
2.1.10.	Hubungan antara <i>E-Service Quality</i> dengan Kepuasan Pelanggan	33
2.1.11.	Hubungan antara Promosi dengan Kepuasan Pelanggan	34
2.1.12.	Hubungan antara Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan	34
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	36
2.3.	Kerangka Pemikiran	51
2.4.	Hipotesis Penelitian	53
2.5.	Ruang lingkup Penelitian	54
BAB III METODE PENELITIAN		55
3.1.	Jenis Penelitian	55
3.2.	Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	56
3.2.1.	Operasional Variabel.....	56
3.2.2.	Operasionalisasi Variabel.....	56
3.2.3.	Skala Pengukuran.....	60
3.3.	Tahapan Penelitian	61
3.4.	Populasi dan Sampel	62
3.4.1.	Populasi.....	62
3.4.2.	Sampel.....	62
3.4.3.	Teknik Pengambilan Sampel.....	63

3.5.	Pengumpulan Data	63
3.5.1.	Sumber Data.....	63
3.5.2.	Teknik Pengumpulan Data.....	64
3.6.	Uji Validitas dan Reliabilitas	65
3.6.1.	Uji Validitas	65
3.6.2.	Uji Reliabilitas	67
3.7.	Teknik Analisa Data.....	68
3.7.1.	Analisis Deskriptif	68
3.7.2.	Structural Equation Modeling (SEM)	70
3.8.	Metode Analisa Data	70
3.8.1.	Partial Least Square (PLS).....	70
3.8.2.	Pengukuran Model (<i>Outlier Model</i>).....	71
3.8.3.	Pengukuran Struktural (<i>Inner Model</i>)	72
3.8.4.	Langkah-Langkah PLS.....	73
3.9.	Uji Hipotesis.....	74
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		76
4.1.	Karakteristik Responden	76
4.1.1.	Karakteristik Responden berdasarkan Usia	76
4.1.2.	Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	77
4.2.	Analisis Deskriptif.....	78
4.2.1.	Deskripsi Variabel <i>E-Service Quality</i>	80
4.2.2.	Deskripsi Variabel Promosi	81
4.2.3.	Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan	83
4.2.4.	Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan	84
4.3.	Analisis PLS SEM.....	85
4.3.1.	Model Pengukuran	85
4.3.2.	Model Struktural	90

4.4.	Uji Hipotesis.....	92
4.4.1.	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	92
4.4.2.	Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan.....	92
4.4.3.	Pengaruh Kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas pelanggan.....	93
4.4.4.	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> dan Promosi secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	94
4.5.	Uji Variabel Intervening.....	94
4.6.	Pembahasan.....	96
4.6.1.	Pembahasan Analisis Deskriptif.....	96
4.6.2.	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	97
4.6.3.	Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan.....	97
4.6.4.	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	97
4.6.5.	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> dan Promosi secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	97
4.6.6.	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.....	97
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		99
5.1.	Kesimpulan.....	99
5.2.	Saran.....	100
5.1.1.	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	102
DAFTAR PUSTAKA.....		103
LAMPIRAN.....		107