

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Logo Perusahaan, Latar Belakang Perusahaan	1
1.1.2 Visi dan Misi	2
1.2 Latar Belakang Penelitian	2
1.3 Rumusan Masalah.....	22
1.4 Tujuan Peneliatan.....	22
1.5 Kegunaan Penelitian	22
1.6 Sistematika Penulisan	23
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	25
2.1 TinjauanPustaka	25
2.1.1 Pemasaran.....	26
2.1.2 Tujuan Pemasaran	27
2.1.3 <i>E-commerce</i>	27
2.1.4 Digital Marketing	27
2.1.5 Kepercayaan	28
2.1.6 Manfaat Kepercayaan.....	28
2.1.7 Karakteristik-karakteristik Kepercayaan.....	29

2.1.8 Dimensi Kepercayaan.....	30
2.1.9 Kualitas Layanan	31
2.1.10 Jenis-jenis pelayanan	31
2.1.11 Prinsip Kualitas Pelayanan	32
2.1.12 Kriteria Kualitas Pelayanan Yang Dipersepsikan Baik.....	33
2.1.13 Faktor-faktor Penyebab Kualitas Pelayanan Buruk	34
2.1.14 Pengukuran Kualitas Pelayanan	35
2.1.15 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	36
2.1.16 Loyalitas Konsumen.....	37
2.1.17 Jenis Loyalitas	37
2.1.18 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen	39
2.1.19 Tahap Loyatitas Konsumen.....	40
2.1.20 Dimensi Loyalitas Konsumen	41
2.2 Hubungan Antar Variable	42
2.2.1 Hubungan Antara KualitasPelayanan Terhadap LoyalitasKonsumen.....	42
2.2.2 Hubungan Antara KepercayaanTerhadap Loyalitas Konsumen.....	42
2.2.3 Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen	42
2.3 Penelitian Terdahulu	44
2.3.1 Ulasan Penelitian Terdahulu.....	44
2.3.2 Ulasan Jurnal Nasional.....	54
2.3.3 Ulasan Jurnal Interasional	65
2.4 Kerangka Pemikiran.....	74
2.5 Hipotesis Penelitian	76
2.6 Ruang Lingkup Penelitian.....	76
BAB III METODE PENELITIAN	77
3.1 Jenis Penelitian.....	77
3.2 Variabel Operasional dan SkalaPengukuran.....	77

3.2.1 Variabel Operasional	77
3.2.2 Skala Pengukuran	80
3.2.3 Tahapan Penelitian	81
3.3 Populasi dan Sampel	82
3.3.1 Populasi	82
3.3.2 Sampel	82
3.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	84
3.4.1 Sumber Data	84
3.4.2. Teknik Pengumpulan Data	85
3.5 Teknik Analisis Data.....	86
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	86
3.5.2 <i>Method of Succesive Interval</i>	88
3.6 Uji Asumsik Klasik.....	89
3.6.1 Uji Normalitas	89
3.6.2 Uji Multikolineritas	89
3.6.3 Uji Heterodesitas	89
3.7 Uji Regresi Linier Berganda	90
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas	91
3.8.1 Uji Validitas.....	91
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	92
3.9 Pengujian Hipotesis	93
3.9.1 Uji F.....	93
3.9.2 Uji T.....	94
3.10 Koefesien Determinasi.....	95
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	96
4.1 Screening Question	96
4.2 Karakteristik Responden.....	98
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	98
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	99

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	99
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	100
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Kali Berbelanja Menggunakan Aplikasi Tokopedia dalam Sebulan.....	101
4.2.6 Karakteristik Responden Memilih Menggunakan Aplikasi Tokopedia Untuk Tetap Berbelanja.....	102
4.2.7 Uji Validitas.....	102
4.2.8 Uji Reliabilitas.....	103
4.3 Analisis Deskriptif	104
4.3.1 Tanggapan Responden terhadap Variabel Kualitas Pelayanan.....	104
4.3.2 Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepercayaan.....	106
4.3.3 Tanggapan Responden terhadap Variabel Loyalitas Konsumen ...	107
4.4 Analisis Data Penelitian	109
4.4.1 Uji Asumsi Klasik	109
4.4.1.1 Uji Normalitas.....	109
4.4.1.2 Uji Multikolineritas.....	110
4.4.1.3 Uji Heteroskedestisitas.....	111
4.4.2 Analisis Regresi Linier Berganda	112
4.4.3 Koefisien Determinasi.....	113
4.4.4 Pengujian Hipotesis	114
4.4.4.1 Uji F	114
4.4.4.2 Uji T	115
4.4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	117
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	120
5.1 Kesimpulan	120
5.2 Saran	120
DAFTAR PUSTAKA	122
LAMPIRAN.....	128