

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
HALAMAN MOTO DAN PEMBAHASAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Logo Perusahaan.....	2
1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	3
1.1.4 Skala Usaha, Perkembangan Usaha dan Strategi Secara Umum	3
1.1.5 Produk dan Layanan.....	5
1.2 Latar Belakang.....	9
1.3 Identifikasi Masalah.....	22
1.4 Tujuan Penelitian	23
1.5 Kegunaan Penelitian	23
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	23
1.5.2 Kegunaan Praktis	24
1.6 Sistematika Penulisan	24
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	25
2.1 TINJAUAN PUSTAKA PENELITIAN	25
2.1.1 Perilaku Konsumen	25
2.1.2 Pemasaran	26
2.1.3 Perusahaan Jasa.....	26
2.1.4 Kualitas Pelayanan.....	27
2.1.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan.....	28
2.1.6 Kepercayaan Merek	28
2.1.7 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan Merek	29
2.1.8 Kepuasan Pelanggan	30
2.1.9 Loyalita Pelanggan.....	31
2.1.10 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	32

2.1.11 Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	33
2.1.12 Hubungan Kepercayaan Merek terhadap Kepuasan Pelanggan.....	33
2.1.13 Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas pelanggan	34
2.1.14 Hubungan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Pelanggan.....	34
2.1.15 Hubungan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	35
2.1.16 Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.....	36
2.1.17 Hubungan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.....	36
2.2 Penelitian Terdahulu	37
2.2.1 Ulasan Penelitian Skripsi	38
2.2.2 Ulasan Jurnal Nasional.....	43
2.2.3 Ulasan Jurnal Internasional	48
2.3 Kerangka Pemikiran.....	53
2.4 Hipotesis Penelitian	55
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	56
BAB III METODE PENELITIAN	57
3.1 Jenis Penelitian.....	57
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran.....	57
3.2.1 Variabel Operasional.....	57
3.2.2 Skala Pengukuran.....	62
3.2.3 Tahapan Penelitian.....	63
3.3 Populasi dan Sampel	63
3.3.1 Populasi.....	63
3.3.2 Sampel.....	63
3.4 Pengumpulan Data.....	65
3.4.1 Data Primer	65
3.4.2 Data Skunder.....	65
3.5 Teknik Analisis Data.....	65
3.5.1 Analisis Deskriptif	66
3.5.2 Structural Equation Modeling (SEM).....	67
3.6 Metode Analisis Data.....	68
3.6.1 Partial Least Square (PLS).....	68
3.6.2 Pengukuran Model (<i>Outlier Model</i>).....	69
3.6.3 Pengukuran Struktural (<i>Inner Model</i>).....	71
3.7 Pengujian Hipotesis	72
BAB VI HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	75
4.1 Pengumpulan Data.....	75

4.2 Karakteristik Responden	75
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	76
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	77
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	78
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan	79
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan Jasa JNE	80
4.2.6 Tujuan Dalam Menggunakan Jasa JNE	81
4.3 Hasil penelitian	82
4.3.1 Analisis Deskriptif	82
4.4 Hasil Model Pengukuran (Outer Model)	99
4.4.1 Uji Validitas	100
4.4.2 Uji Reliabilitas	105
4.5 Hasil Uji Model Struktural (Inner Model)	106
4.5.1. Evaluasi Pengukuran Struktural.....	108
4.5.2. Predictive Relevance.....	108
4.6. Uji Hipotesis	109
4.6.1 Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE saat pandemi corona.....	110
4.6.2 Kepercayaan Merek mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE saat pandemi corona.....	110
4.6.3 Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada JNE saat pandemi corona.	111
4.6.4 Kepercayaan Merek mempunyai pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada JNE saat pandemi corona.....	112
4.6.5 Kepuasan Pelanggan mempunyai pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada JNE saat pandemi corona.....	112
4.6.6 Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan pada JNE saat pandemi <i>corona</i>	113
4.6.7 Kepercayaan Merek mempunyai pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan pada JNE saat pandemi <i>corona</i>	114
4.7 Pembahasan.....	115
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	127
5.1 Kesimpulan	127
5.2 Saran	130
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	130
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	131
DAFTAR PUSTAKA	133