

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1. Profil Perusahaan	1
1.1.2. Sejarah Shopee di Indonesia	1
1.1.3. Logo Perusahaan	2
1.1.4. Visi dan Misi.....	2
1.2. Latar Belakang	2
1.3. Rumusan Masalah	18
1.4. Tujuan Penelitian.....	18

1.5.	Kegunaan Penelitian	19
1.5.1.	Aspek Teoritis	19
1.5.2.	Aspek Praktis	20
1.6.	Waktu dan Periode penelitian.....	20
1.7.	Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	20

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1.	Tinjauan Pustaka Penelitian	22
2.1.1.	Pemasaran	22
2.1.2.	Manajemen Pemasaran.....	22
2.1.3.	Pemasaran Jasa.....	23
2.1.4.	Harga.....	23
2.1.5.	Promosi	25
2.1.6.	Kualitas Pelayanan	27
2.1.7.	Kepuasan Pelanggan	28
2.1.8.	Loyalitas Konsumen.....	31
2.2.	Teori Keterkaitan antar Variabel	32
2.2.1.	Hubungan Harga dengan Loyalitas Konsumen.....	32
2.2.2.	Hubungan Promosi dengan Loyalitas Konsumen	32
2.2.3.	Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Konsumen.....	33
2.2.4.	Hubungan Harga dengan Kepuasan Konsumen.....	33

2.2.5.	Hubungan Promosi dengan Kepuasan Pelanggan.....	34
2.2.6.	Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan	34
2.2.7.	Hubungan Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan	35
2.2.8.	Hubungan Harga terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Pelanggan	36
2.2.9.	Hubungan Promosi terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Pelanggan	36
2.2.10.	Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Pelanggan	36
2.3.	Penelitian Terdahulu.....	38
2.4.	Kerangka Pemikiran	55
2.5.	Hipotesis Penelitian	55
2.6.	Ruang Lingkup Penelitian	56

BAB III

METODE PENELITIAN	57
3.1. Jenis Penelitian	57
3.2. Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	57
3.2.1. Operasional Variabel.....	57
3.2.2. Skala Pengukuran.....	62
3.2.3. Tahapan Penelitian	63
3.3. Populasi dan Sampel	64
3.3.1. Populasi.....	64

3.3.2.	Sampel.....	64
3.4.	Teknik Pengumpulan Data	65
3.4.1.	Data Primer	65
3.4.2.	Data Sekunder	65
3.5.	Teknik Analisis Data	65
3.5.1.	Analisis Deskriptif	65
3.5.2.	Structural Equation Modeling (SEM)	67
3.6.	Metode Analisis.....	68
3.6.1.	Partial Least Square (PLS).....	68
3.6.2.	Struktur Model Penelitian	68
3.6.3.	Uji Validitas dan Realibilitas	69
3.6.4.	Model Analisis Persamaan Struktural	75
3.7.	Uji Hipotesis.....	76

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 78

4.1.	Karakteristik Responden	78
4.1.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	78
4.1.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	79
4.1.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	80
4.1.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	81
4.1.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan <i>E-Commerce</i> yang Digunakan	82

4.1.6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan di <i>E-Commerce</i>	83
4.2.	Hasil Penelitian.....	83
4.2.1.	Analisis Deskriptis	83
4.2.2.	Structural Equation Modeling (SEM)	96
4.2.3.	Partial Least Square (PLS).....	96
4.2.4.	Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	96
4.2.5.	Hasil Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	103
4.3.	Pembahasan Hasil Hipotesis	109
4.4.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	112
 BAB V		
KESIMPULAN DAN SARAN		116
5.1	Kesimpulan.....	116
5.2	Saran.....	118
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan.....	118
5.2.2	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	119
DAFTAR PUSTAKA		120
LAMPIRAN.....		122