

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil perusahaan.....	1
1.1.2 Visi dan Misi	2
1.1.3 Layanan inDrive.....	2
1.1.4 Nilai-nilai inDrive	4
1.2 Latar Belakang	4
1.3 Perumusan Masalah	27
1.4 Pertanyaan Penelitian	29
1.5 Tujuan Penelitian	30
1.6 Batasan Penelitian	31
1.7 Manfaat Penelitian	31
1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	33
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	35
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu.....	35
2.1.1 Pemasaran	35
2.1.2 Bauran Pemasaran	37
2.1.3 <i>Price</i>	40
2.1.4 Manajemen Pemasaran.....	42

2.1.5 Pemasaran Jasa.....	42
2.1.6 <i>Service Quality</i>	44
2.1.7 <i>Digital Marketing</i>	45
2.1.8 <i>Electronic Service Quality</i>	47
2.1.9 <i>App Design</i>	48
2.1.10 <i>Trust</i>	50
2.1.11 <i>Brand Equity</i>	51
2.1.12 <i>Perceived Quality</i>	52
2.1.13 <i>Value for Money</i>	54
2.1.14 Perilaku Konsumen	54
2.1.15 <i>Customer Satisfaction</i>	55
2.1.16 <i>Customer Loyalty</i>	57
2.1.17 Penelitian Terdahulu	61
2.2 Kerangka Pemikiran.....	80
2.3 Hipotesis Penelitian.....	84
2.3.1 Pengembangan Hipotesis	85
BAB III METODE PENELITIAN	95
3.1 Jenis Penelitian.....	95
3.2 Operasionalisasi Variabel.....	99
3.2.1 Skala Pengukuran.....	116
3.3 Tahapan Penelitian	117
3.4 Populasi dan Sampel	120
3.4.1 Populasi	120
3.4.2 Teknik Sampling	120
3.4.3.Sampel.....	121
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data	123
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	124
3.6.1 Uji Validitas	124
3.6.2.Uji Reliabilitas	131

3.7 Teknik Analisis Data.....	132
3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif	132
3.7.2 Uji Normalitas	134
3.7.3 Analisis Multivariat.....	135
3.7.4 SEM-PLS	137
3.7.5 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	139
3.7.6 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	141
3.7.7 Uji Kecocokan Model	142
3.7.8 Uji Hipotesis.....	143
3.7.9 <i>Importance Performance Matrix Analysis</i>	143
DAFTAR PUSTAKA	146
LAMPIRAN.....	172