

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 <i>M-Commerce</i>	1
1.1.2 Profil Perusahaan.....	3
1.1.3 Visi Dan Misi Perusahaan	4
1.1 Latar Belakang Penelitian	4
1.2 Perumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1 Manfaat Teoritis	13
1.4.2 Manfaat Praktis.....	13
1.5 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	15
2.2.1 <i>Mobile Commerce</i>	15
2.2.2 <i>Mobile Shopping Service Quality</i>	16
2.2.3 Customer Satisfaction	16
2.2.4 <i>Customer Loyalty</i>	17
2.2 Kerangka Pemikiran.....	18
2.1 Pengembangan Hipotesis Penelitian dan Kerangka Penelitian	19
2.2.1 Pengaruh <i>Mobile Shopping Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	19
2.2.2 Pengaruh <i>Mobile Shopping Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	19
2.2.3 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	20
2.2.4 Pengaruh <i>Mobile Shopping Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> dimediasi oleh <i>Customer Satisfaction</i>	21
2.3 Teori-Teori Terkait Penelitian dan Penelitian Terdahulu	22

2.4	Hipotesis Penelitian.....	31
BAB III METODE PENELITIAN		32
3.1	Karakteristik Penelitian	32
3.2	Operasional Variabel.....	34
3.2.1	Variabel Penelitian.....	34
3.2.2	Skala Pengukuran.....	37
3.3	Tahapan Penelitian	37
3.4	Populasi dan Sampel	39
3.5.1	Populasi.....	39
3.5.2	Sampel.....	39
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	40
3.6.1	Sumber Data.....	40
3.6.2	Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	41
3.6.1	Uji Validitas.....	41
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	42
3.6.3	Uji Kecocokan Model (<i>Goodness of Fit</i>)	43
3.7	Teknik Analisis Data.....	45
3.7.1	Analisis Deskriptif	45
3.7.2	Permodelan Persamaan Struktural	47
3.7.3	Uji Hipotesis	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		53
4.1	Karakteristik Responden	53
4.1.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
4.1.2	Responden Berdasarkan Usia	54
4.1.3	Responden Berdasarkan Status Pendidikan.....	55
4.1.4	Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	56
4.1.5	Responden Berdasarkan Pendapatan	57
4.1.6	Responden Berdasarkan Berapa Lama Penggunaan <i>Mobile Shopping</i>	58
4.1.7	Responden Berdasarkan Intensitas Belanja dalam Enam Bulan Terakhir	59
4.1.8	Responden Berdasarkan Jumlah Produk yang di Beli dalam Enam Bulan Terakhir	60
4.1.9	Responden Berdasarkan Pengeluaran yang di habiskan dalam Pesanan Terakhir ..	61
4.1.10	Responden Berdasarkan Pembelian Termahal dalam Pesanan Terakhir.....	62
4.1.11	Responden Berdasarkan Perangkat yang digunakan dalam Berbelanja	63

4.2	Hasil Penelitian	64
4.2.1	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	64
4.2.2	Penilaian Kecocokan Model (<i>Goodness of Fit</i>).....	72
4.2.3	Uji Hipotesis	74
4.2.4	Pengujian Hipotesis Hubungan Langsung.....	76
4.2.5	Pengujian Hipotesis Hubungan Tidak Langsung	77
4.2.6	Persamaan Struktural	78
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian	79
4.3.1	<i>Mobile Shopping Service Quality</i> Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	80
4.3.2	<i>Mobile Shopping Service Quality</i> Tidak Berpengaruh Positif dan Signifikan Antara Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	81
4.3.3	<i>Customer Satisfaction</i> Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	81
4.3.4	<i>Mobile Shopping Service Quality</i> Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap <i>Customer Loyalty</i> yang Dimediasi oleh <i>Customer Satisfaction</i>	82
4.3.5	Dimensi <i>Mobile Shopping Service Quality</i>	83
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	84
5.1	Kesimpulan.....	84
5.2	Saran.....	85
5.2.1	Saran Praktis	85
5.2.2	Saran Teoritis.....	86
DAFTAR PUSTAKA		87
LAMPIRAN		93