

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1. Profil Perusahaan Gojek	1
1.2. Latar Belakang.....	4
1.3. Rumusan Masalah.....	12
1.4. Tujuan Penelitian	13
1.5. Manfaat Penelitian	14
1.5.1. Aspek Praktis	14
1.5.2. Aspek teoritis	14
1.6. Sistematis Penulisan Tugas Akhir.....	14
1.6.1. BAB I PENDAHULUAN.....	15
1.6.2. BAB II TINJUAN PUSTAKA.....	15
1.6.3. BAB III METODE PENELITIAN.....	15
1.6.4. BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	15
1.6.5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1. Landasan Teori	17
2.1.1. Pemasaran.....	17
2.1.2. <i>Brand</i>	17
2.1.3 <i>Brand Image</i>	17
2.1.4 <i>Green Customer Value</i>	18
2.1.5 <i>Trust</i>	19

2.1.6 <i>Customer Satisfaction</i>	20
2.1.7 Loyalitas Pelanggan	20
2.2 Penelitian Terdahulu	21
Objek Penelitian dan Metode yang digunakan.	27
2.3 Pengembangan Hipotesis	31
2.3.1 Pengaruh <i>Brand image</i> terhadap <i>Customer satisfaction</i>	31
2.3.2 Pengaruh <i>Green customer value</i> terhadap <i>Customer satisfaction</i>	31
2.3.3 Pengaruh <i>Brand image</i> terhadap <i>trust</i>	32
2.3.4 Pengaruh <i>Green customer value</i> terhadap <i>Trust</i>	32
2.3.5 Pengaruh <i>Customer satisfaction</i> memediasi hubungan antara <i>brand image</i> dan loyalitas pelanggan	32
2.3.6 Pengaruh <i>Customer satisfaction</i> memediasi hubungan antara <i>Green customer value</i> dan loyalitas pelanggan	33
2.3.7 Pengaruh <i>Trust</i> memediasi hubungan antara <i>Brand image</i> dan loyalitas pelanggan	33
2.3.8 Pengaruh <i>Trust</i> memediasi hubungan antara <i>Green customer value</i> dan p loyalitas pelanggan	33
2.3.9 pengaruh <i>customer satisfaction</i> terhadap loyalitas pelanggan	34
2.3.10 pengaruh <i>trust</i> terhadap loyalitas pelanggan	34
2.4 Kerangka Pemikiran	35
2.5 Hipotesis Penelitian	35
2.6 Ruang dan Lingkup Penelitian	36
2.6.1 Variabel dan Sub variabel Penelitian	36
2.6.2 Lokasi dan Objek Penelitian	36
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1. Jenis Penelitian	37
3.2. Operasionalisasi Variabel	37
3.3. Tahapan Penelitian	41
3.4. Populasi dan Sampel	42
3.4.1. Populasi	42
3.4.2. Sampel	42
3.5. Pengumpulan Data dan Sumber Data	44
3.5.1. Sumber Data	44
3.5.2. Pengumpulan Data	45
3.6. Uji Validasi dan Realibilitas	45
3.6.1. Uji Validasi	45

3.6.2. Uji Realibilitas	48
3.7 Teknik Analisis Data.....	49
3.7.1 Analisis Deskriptif	49
3.7.2. Asumsi Klasik.....	49
3.7.3. Analisis Regresi Linier Berganda	51
3.7.4. Uji Hipotesis	51
3.7.5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Karakteristik Responden	53
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	53
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
4.2 Hasil Penelitian.....	55
4.2.1 Analisis Deskriptif	55
4.2.2 Hasil Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Brand Image</i> (X_1)	55
4.2.3 Hasil Tanggapan Responden Mengenai <i>Green consumer value</i> (X_2).....	58
4.2.4 Hasil Tanggapan Responden Mengenai <i>Customer satisfaction</i> (Y_1)	61
4.2.5 Hasil Tanggapan Responden Mengenai <i>Trust</i> (Y_2)	64
4.2.6 Hasil Tanggapan Responden Mengenai loyalitas pelanggan (Z).....	67
4.2.7 Uji Validasi dan Reliabilitas.....	70
4.2.7.1 Uji Validasi.....	70
4.2.7.2 Uji Reliabilitas	72
4.2.8 Uji Asumsi Klasik.....	73
4.2.8.1 Uji Normalitas	73
4.2.8.2 Uji Heterokedastisitas	75
4.2.8.3 Uji Multikolinearitas	77
4.2.9 Uji Regresi Linear Sederhana	78
4.2.10 Uji Hipotesis	82
4.2.10.1 Uji T (Uji Parsial) H_1, H_2, H_3, H_4, H_5 dan H_6	82
4.2.10.2 Uji F (Uji Hipotesis Simultan)	85
4.2.11 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	86
4.2.12 Uji Hipotesis Variabel Mediasi ($H_7, H_8, H_9, 10$)	87
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	90

4.3.1 <i>Brand image</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>customer satisfaction</i> pelanggan Gojek	90
4.3.2 <i>Green consumer value</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>customer satisfaction</i> pelanggan Gojek.....	90
4.3.3 <i>Brand image</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>trust</i> pelanggan Gojek.....	91
4.3.4 <i>Green consumer value</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>trust</i> pelanggan Gojek ..	91
4.3.5 <i>Customer Satisfaction</i> Memediasi hubungan antara <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	91
4.3.6 <i>Customer Satisfaction</i> Memediasi hubungan antara <i>Green Consumer Value</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	92
4.3.7 <i>Trust</i> memediasi hubungan antara <i>Brand Image</i> dan Loyalitas Pelanggan.....	92
4.3.8 <i>Trust</i> memediasi hubungan antara <i>Green Consumer Value</i> dan Loyalitas Pelanggan.....	93
4.3.9 <i>Customer satisfaction</i> terhadap loyalitas pelanggan Gojek	93
4.3.10 <i>Trust</i> terhadap loyalitas pelanggan Gojek	94
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	90
5.1 Kesimpulan.....	90
5.2 Saran	91
5.2.1 Saran untuk Gojek	91
5.2.2 Saran untuk peneliti selanjutnya	91
DAFTAR PUSTAKA.....	92
LAMPIRAN.....	97