

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR	12
DAFTAR TABEL.....	13
DAFTAR LAMPIRAN.....	14
BAB I.....	15
PENDAHULUAN	15
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	15
1.1.1. Sejarah Transportasi Online di Indonesia	15
1.1.2. Gambaran Umum Gojek.....	15
1.1. Latar Belakang Penelitian	17
1.3. Rumusan Masalah.....	26
1.4. Tujuan Penelitian	26
1.5. Kegunaan Penelitian	26
1.5.1. Aspek Teoritis	26
1.5.2. Aspek Praktis	27
1.6. Waktu dan Periode Penelitian.....	27
1.7. Sistematika Penulisan	27
BAB II.....	28
TINJAUAN PUSTAKA	28
2.1. Tinjauan Pustaka.....	28
2.1.1. Perilaku Konsumen.....	28
2.1.2. Keputusan Pembelian.....	28
2.1.3. <i>Brand Switching Behavior</i>	29
2.1.4. Pemasaran Jasa.....	29
2.1.5. <i>E-Service Quality</i>	30
2.1.6. Kepercayaan Konsumen	31
2.1.7. <i>E-Trust</i>	32
2.1.7. Bauran Pemasaran.....	34
2.1.8. Harga.....	34
2.2. Penelitian Terdahulu	36
2.3. Kerangka Pemikiran.....	46
2.4. Hipotesis Penelitian	47
2.5. Ruang Lingkup Penelitian.....	47
BAB III	48
METODE PENELITIAN.....	48
3.1. Jenis Penelitian.....	48

3.2.	Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran.....	49
3.2.1.	Operasional Variabel.....	49
3.2.2.	Skala Pengukuran.....	52
3.2.3.	Tahapan Penelitian.....	53
3.3.	Populasi dan Sampel.....	53
3.3.1.	Populasi.....	53
3.3.2.	Sampel.....	54
3.4.	Pengumpulan Data.....	55
3.4.1.	Data Primer.....	55
3.4.2.	Data Sekunder.....	55
3.5.	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	55
3.5.1.	Uji Validitas.....	55
3.5.2.	Uji Reliabilitas.....	58
3.6.	Uji Asumsi Klasik.....	59
3.6.1.	Uji Normalitas.....	59
3.6.2.	Uji Multikolinearitas.....	59
3.6.3.	Uji Autokorelasi.....	60
3.6.4.	Uji Heteroskedastisitas.....	60
3.7.	Teknik Analisis Data.....	60
3.7.1.	Analisis Deskriptif.....	60
3.7.2.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	62
3.8.	Pengujian Hipotesis.....	63
3.8.1.	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (uji-t).....	63
3.8.2.	Pengujian Hipotesis Secara Simultan (uji-f).....	63
3.8.3.	Koefisien Determinasi.....	64
BAB IV.....		65
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		65
4.1.	Gambaran Umum Responden.....	65
4.1.1.	Pengumpulan Data.....	65
4.2.	Karakteristik Responden.....	66
4.2.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
4.2.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	67
4.2.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Aplikasi Transportasi <i>Online</i> Selain Goride.....	67
4.3.	Hasil Penelitian.....	68
4.3.1.	Analisis Deskriptif.....	68
4.3.2.	Uji Asumsi Klasik.....	81

4.3.3.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	87
4.3.4.	Uji Hipotesis	88
4.4.	Analisis Hasil Penelitian dan Pembahasan	92
4.4.1.	Hasil Analisis Deskriptif <i>E-Service Quality</i>	93
4.4.2.	Hasil Analisis Deskriptif <i>E-Trust</i>	94
4.4.3.	Hasil Analisis Deskriptif Harga	95
4.4.4.	Hasil Analisis Deskriptif <i>Brand Switching Behavior</i>	95
4.4.5.	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>Brand Switching Behavior</i>	96
4.4.6.	Pengaruh <i>E-Trust</i> terhadap <i>Brand Switching Behavior</i>	96
4.4.7.	Pengaruh Harga terhadap <i>Brand Switching Behavior</i>	96
4.4.8.	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> , <i>E-Trust</i> , Harga terhadap <i>Brand Switching Behavior</i> Secara Simultan	97
BAB V	98
KESIMPULAN DAN SARAN	98
5.1.	Kesimpulan	98
5.2.	Saran	99
5.2.1.	Saran Bagi Perusahaan.....	99
5.2.2.	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	99
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN	104