

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Gambaran Umum Penelitian .....	1
1.1.1 Profil Perusahaan.....	1
1.1.2 Visi dan Misi perusahaan.....	1
1.1.3 Logo perusahaan.....	1
1.1.4 Fitur pada Shopee .....	2
1.2 Latar Belakang Penelitian .....	3
1.3 Perumusan Masalah .....	11
1.4 Tujuan Penelitian .....	12
1.5 Kegunaan penelitian .....	12
1.5.1 Aspek Teoristis .....	12
1.5.2 Aspek Praktis .....	12
1.6 Sistematika Penulisan .....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>14</b>
2.1 Tinjauan Pustaka.....	14

2.1.1 Pemasaran .....	14
2.1.2 E-commerce .....	14
2.1.3 Promosi .....	15
2.1.5 Kepuasan Pelanggan .....	16
2.1.6 Loyalitas Pelanggan .....	17
2.1.7 Hubungan Promosi dengan Kepuasan Pelanggan .....	18
2.1.8 Hubungan Promosi Dengan Loyalitas Pelanggan .....	19
2.1.9 Hubungan Kepuasan Pelanggan Dengan Loyalitas.....	19
2.2 Penelitian Terdahulu .....	20
2.2.1 Jurnal Skripsi .....	20
2.2.2 Jurnal Nasional .....	24
2.2.3 Jurnal Internasional .....	27
2.3 Kerangka Pemikiran .....	29
2.4 Hipotesis Penelitian .....	31
2.5 Ruang Lingkup Penelitian .....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	32
3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran .....	32
3.2.1 Operasionalisasi Variabel .....	32
3.2.2 Skala Pengukuran .....	36
3.3 Tahapan Penelitian.....	37
3.4 Populasi dan Sampel.....	37
3.4.1 Populasi .....	37
3.4.2 Sampel dan Teknik Sampling .....	37
3.5 Pengumpulan Data.....	39
3.5.1 Sumber Data .....	39
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	39

3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	39
3.6.1 Uji Validitas .....	40
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	41
3.7 Teknik Analisis Data .....	42
3.7 Pengukuran SEM-PLS .....	44
3.8 Uji Hipotesis.....	46
3.8.1 Direct Effect (Uji T) .....	46
3.8.2 <i>Indirrect Effect</i> (Uji Mediasi) .....	47
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>49</b>
4.1 Karateristik Responden .....	49
4.1.1 Provinsi Lokasi Responden .....	49
4.1.2 Jenis Kelamin.....	50
4.1.3 Umur Responden.....	50
4.1.4 Pendapatan Responden.....	51
4.1.5 Pekerjaan Responden .....	51
4.2 Analisis Deskriptif .....	52
4.2.1 Analisis Responden pada Promosi .....	52
4.2.2 Analisis Responden pada Kepuasan Pelanggan .....	54
4.2.3 Analisis Responden pada Loyalitas Pelanggan .....	55
4.3 Analisis <i>SEM-PLS</i> .....	57
4.3.1 Outer Model.....	57
4.3.2 Inner model.....	61
4.4 Analisis Hipotesis .....	63
4.4.1 Hasil Analisis <i>Direct Effect</i> .....	63
4.4.2 Hasil Analisis <i>Indirect Effect</i> .....	64
4.5 Pembahasan.....	65
4.5.1 Hasil analisis deskriptif variabel promosi.....	65

4.5.2 Hasil analisis deskriptif variabel kepuasan pelanggan.....	66
4.5.3 Hasil analisis deskriptif variabel loyalitas pelanggan .....	66
4.5.4 Hasil analisis pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan.....	66
4.5.5 Hasil analisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan .....	66
4.5.6 Hasil analisis pengaruh promosi terhadap loyalitas pelanggan .....	67
4.5.7 Hasil analisis pengaruh promosi dengan kepuasan pelanggan sebagai mediasi terhadap loyalitas pelanggan .....	67
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>68</b>
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Saran .....	68
5.2.1 Saran Untuk Perusahaan .....	68
5.2.2 Saran untuk peneliti.....	69
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>70</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>74</b>