

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
FORM DEKLARASI TERKAIT PLAGIARISME.....	vii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIS	viii
KATA PENGANTAR	ix
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	22
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	22
1.1.1 Toko Retail.....	22
1.1.2 Visi Misi dan Business Value	23
1.2 Latar Belakang Penelitian	24
1.3 Rumusan Masalah	36
1.4 Tujuan Penelitian	36
1.5 Manfaat Penelitian	37
1.5.1. Manfaat Teoritis	37
1.5.2. Manfaat praktis.....	37
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	38
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	40
2.1 Kajian Teori dan Penelitian Terdahulu	40
2.1.1 Definisi Pelayanan	40
2.1.2 Manajemen Antrian.....	40

2.1.3	<i>Digital Payment</i>	43
2.1.4	Kepuasan Pelanggan	47
2.1.5	Loyalitas Pelanggan	52
2.1.6	Brand	54
2.1.7	<i>Brand Image</i>	56
2.1.8	Penelitian Terdahulu	60
2.1.9	Kerangka Pemikiran	74
2.1.10	Hipotesis Penelitian	77
2.1.11	Ruang Lingkup Penelitian	78
BAB III METODE PENELITIAN		79
3.1	Jenis Penelitian	79
3.2	Operasional Variabel	80
3.2.1	Variabel <i>Independent</i> (Variabel Bebas)	80
3.2.3	Variabel <i>Intervening</i> (Variabel Mediasi)	81
3.3	Skala Pengukuran	87
3.4	Tahapan Penelitian	87
3.5	Populasi dan Sampel	91
3.5.1	Populasi	91
3.5.2	Sampel	91
3.6	Pengumpulan data dan Sumber Data	92
3.6.1	Pengumpulan Data	92
3.6.2	Sumber data	93
3.7	Uji Validitas dan Reliabilitas	94
3.7.1	Uji Validitas	94
3.7.2	Uji Reliabilitas	94
3.8	Teknik Analisis Data	95
3.8.1	Analisis Deskriptif	95
3.8.2	Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	97
3.8.3	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	98
3.8.4	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	99
3.9	Uji Hipotesis	102

BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN	104
4.1 Karakteristik Responden	104
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Gender	105
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	105
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	106
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Range Pendapatan	107
4.2 Hasil Penelitian	108
4.2.1 Analisis Deskriptif	108
4.2.2 Hasil Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>).....	132
4.2.3 Hasil Struktural (<i>Inner Model</i>).....	137
4.2.4 Uji Hipotesis	141
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	146
4.3.1 Manajemen Antrian, pembayaran digital dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada toko retail di Bandung	146
4.3.2 Pengaruh Manajemen Antrian terhadap Kepuasan Pelanggan pada toko retail di Bandung	154
4.3.3 Pengaruh Pembayaran Digital terhadap Kepuasan Pelanggan pada toko retail di Bandung	154
4.3.4 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan pada toko retail di Bandung	155
4.3.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada toko retail di Bandung	156
4.3.6 Pengaruh Manajemen Antrian terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada toko retail di Bandung	157
4.3.7 Pengaruh Pembayaran Digital terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan pelanggan pada toko retail di Bandung	157
4.3.8 Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada toko retail di Bandung	158
BAB V KESIMPULAN & SARAN	159
5.1 Kesimpulan	159

5.2	Saran.....	160
5.2.1	Saran bagi Toko Retail di Bandung	160
5.2.2	Saran bagi Penelitian Selanjutnya.....	161
DAFTAR PUSTAKA		162
LAMPIRAN.....		171