

DAFTAR ISI

| | |
|--|------------|
| ABSTRACT | i |
| ABSTRAK | ii |
| KATA PENGANTAR | iii |
| DAFTAR ISI | V |
| DAFTAR TABEL | vii |
| DAFTAR GAMBAR | ix |
| DAFTAR LAMPIRAN | x |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| Latar Belakang Penelitian | 1 |
| 1.2 Indetifikasi Masalah..... | 6 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 6 |
| 1.4 Kegunaan Hasil Penelitian | 7 |
| 1.4.1 Kegunaan Teoritis | 7 |
| 1.4.2 Kegunaan Praktik..... | 7 |
| 1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian | 8 |
| 1.5.1 Lokasi Penelitian | 8 |
| 1.5.2 Jadwal Penelitian..... | 8 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS | 9 |
| 2.1 Tinjauan Pustaka..... | 9 |
| 2.1.1 Kepercayaan merek (<i>Kepercayaan Merek</i>)..... | 9 |
| 2.1.1.1 Pengertian Kepercayaan Merek | 9 |
| 2.1.1.2 Indikator Kepercayaan Merek : | 10 |
| 2.1.2 Kepuasan pelanggan (<i>Customer Statisfaction</i>) | 10 |
| 2.1.2.1 Pengertian <i>Customer Statisfaction</i> | 10 |
| 2.1.2.1 Indikator <i>Customer Statisfaction</i> | 11 |
| 2.1.3 Loyalitas Konsumen (<i>Loyalitas Pelanggan</i>)..... | 12 |
| 2.1.3.1 Pengertian <i>Loyalitas Pelanggan</i> | 12 |
| 2.1.3.2 Indikator <i>Loyalitas Pelanggan</i> | 12 |
| 2.1.4 Penelitian Terdahulu | 13 |
| 2.2 Kerangka Pemikiran..... | 16 |
| 2.3 Hipotesis..... | 18 |

| | |
|---|-----------|
| BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN..... | 19 |
| 3.1 Objek Penelitian..... | 19 |
| 3.2 Metode Penelitian | 19 |
| 3.2.1 Jenis Penelitian..... | 19 |
| 3.2.2 Operasional Variabel..... | 20 |
| 3.2.3 Teknik Pengumpulan Data..... | 21 |
| 3.2.3.1 Jenis Data..... | 21 |
| 3.2.3.2 Populasi Sasaran | 22 |
| 3.2.3.3 Penentuan Sampel | 22 |
| 3.2.3.4 Teknik Sampling | 23 |
| 3.2.3.5 Metode Pengumpulan Data | 23 |
| 3.2.4 Metode Penelitian | 24 |
| 3.2.5 Teknik Analisa Data | 25 |
| 3.2.6 Analisa Data Structural Equation Modelling (SEM) | 25 |
| 3.2.7 Pengembangan Model Berbasis Teori | 26 |
| 3.2.9 Konversi <i>Path</i> Kedalam Diagram..... | 29 |
| 3.2.10 Memilih Matriks Input dan Persamaan Model | 31 |
| 3.2.11 Kemungkinan Munculnya Masalah Identifikasi | 31 |
| 3.2.12 Asumsi SEM..... | 31 |
| 3.2.13 Evaluasi Kinerja <i>Goodness-of Fit</i> | 32 |
| 3.2.14 Uji Realibitas dan Validitas..... | 35 |
| 3.2.15 Evaluasi Atas <i>Regretion Weight</i> Sebagai Pengujian Hipotesis..... | 35 |
| 3.2.16 Intepretasi dan Identifikasi Model..... | 36 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 37 |
| 4.1 Hasil Penelitian..... | 37 |
| 4.1.1 Analisis Dekriptif Responden | 37 |
| 4.1.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 37 |
| 4.1.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 38 |
| 4.1.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir..... | 39 |
| 4.1.2 Analisis Deskriptif Variabel..... | 39 |
| 4.1.2.1 Frekuensi Jawaban Variabel Kepercayaan Merek | 41 |
| 4.1.2.2 Frekuensi Jawaban Variabel Kepuasan Pelanggan..... | 44 |
| 4.1.2.3 Frekuensi Jawaban Variabel Loyalitas Pelanggan | 48 |
| 4.1.3 Analisis Structural Equation Modeling (SEM)' | 51 |

| | |
|--|-----------|
| 4.1.3.1 Uji Measuremnt Model (Confirmatory Factor Analysis) | 52 |
| 4.1.3.1.1 <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel eksogen | 52 |
| 4.1.3.1.2 <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Endogen..... | 54 |
| 4.1.3.2 Evaluasi Atas Asumsi-asumsi SEM..... | 57 |
| 4.1.3.2.1 Uji nromalitas | 57 |
| 4.1.3.2.2. Evaluasi Univariate Outlier | 59 |
| 4.1.3.2.2 Evaluasi <i>Multivariate Outlier</i> | 59 |
| 4.1.3.2.3 Uji Multikoloniaritas dan Singularitas | 60 |
| 4.1.3.3Evaluasi Kinerja <i>Goodnes-of-fit</i> | 60 |
| 4.1.3.4 Uji Validitas dan Realibitas | 62 |
| 4.1.3.5 Pengujian Hipotesis..... | 66 |
| 4.2Pembahasan | 67 |
| 4.2.1 Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Kepuasan Pelanggan..... | 67 |
| 4.2.2 Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Pelanggan | 67 |
| 4.2.3 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan..... | 70 |
| BAB V | 72 |
| SIMPULAN DAN SARAN..... | 72 |
| 5.1 Simpulan | 72 |
| 5.2 Saran | 72 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 74 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|-----------|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 12 |
| Tabel 3.1 Operasional Variabel..... | 18 |
| Tabel 3.2 Variabel, Konstruk Penelitian dan item pengukuran | 28 |
| Tabel 3.3 Model Persamaan Struktural | 30 |
| Tabel 3.4 Model Pengukuran | 30 |
| Tabel 3.5 Indeks Pengujian Kelayakan Model (Goodness-of fit Index) | 34 |
| Tabel 4.1 Analisis Statistik Kepercayaan Merek..... | 41 |
| Tabel 4.2 Analisis Statistik Kepuasan Pelanggan..... | 46 |
| Tabel 4.3 Analisis Statistik Loyalitas Pelanggan | 48 |
| Tabel 4.4 <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Eksogen..... | 54 |
| Tabel 4.5 <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Endogen. | 56 |
| Tabel 4.6 Uji Normalitas | 58 |
| Tabel 4.7 Hasil Pengujian <i>Goodness of Fit</i> | 63 |
| Tabel 4.9 Uji Signifikan Koefisien..... | 66 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Persaingan e-commerce Indonesia | 12 |
| Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran | 18 |
| Gambar 3.1 Model Penelitian..... | 25 |
| Gambar 3.2 Path Diagram Penelitian | 29 |
| Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 37 |
| Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 38 |
| Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir | 39 |
| Gambar 4.5 <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Eksogen..... | 53 |
| Gambar 4.6 <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Endogen..... | 55 |
| Gambar 4.6 Evaluasi Kinerja Goodness-of-Fit | 61 |

Daftar Lampiran

| | |
|---|----|
| Lampiran 1 Jadwal Penelitian | 80 |
| Lampiran 2: Kuesioner Penelitian | 80 |
| Lampiran 3 : Data Hasil Kusioner Penelitian | 87 |
| Lampiran 4 Evaluasi Atas Asumsi Asumsi SEM..... | 92 |
| Lampiran 5: Evaluasi Goodness of Fit | 96 |
| Lampiran 6: Estimate Regression Weight | 99 |