

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI..... | ii |
| <i>ABSTRACT</i> | iii |
| ABSTRAK | iv |
| KATA PENGANTAR..... | v |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR..... | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| BAB 1 PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian..... | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah | 10 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 12 |
| 1.4 Kegunaan Hasil Penelitian | 13 |
| 1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian | 15 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 16 |
| 2.1 Tinjauan Pustaka..... | 16 |
| 2.1.1 <i>Customer Empowerment</i> | 16 |
| 2.1.2 <i>Customer Participation</i> | 18 |
| 2.1.3 <i>Customer Satisfaction</i> | 21 |
| 2.1.4 <i>Customer Loyalty</i> | 22 |
| 2.1.5 Penelitian Terdahulu | 24 |
| 2.2 Kerangka pemikiran | 29 |
| 2.3 Hipotesis | 34 |
| BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN..... | 35 |
| 3.1 Objek Penelitian..... | 35 |
| 3.2 Metode Penelitian..... | 35 |
| 3.2.1 Operasionalisasi Variabel..... | 36 |
| 3.2.2 Teknik Pengumpulan Data..... | 40 |
| 3.3 Model Penelitian..... | 43 |

| | |
|--|-----------|
| 3.4 Teknik Analisis Data | 44 |
| 3.4.1 Pengembangan Model Berbasis Teori | 44 |
| 3.4.2 Pengembangan Pengembangan <i>Path</i> Diagram..... | 46 |
| 3.4.3 Konversi <i>Path</i> ke Dalam Persamaan | 47 |
| 3.4.4 Memilih Matriks <i>Input</i> dan Persamaan Model..... | 48 |
| 3.4.5 Kemungkinan Munculnya Masalah Identifikasi..... | 49 |
| 3.4.6 Evaluasi Asumsi SEM..... | 49 |
| 3.4.7 Evaluasi Kinerja <i>Goodness-of Fit</i> | 50 |
| 3.4.8 Uji Validitas dan Reliabilitas | 52 |
| 3.4.9 Evaluasi atas <i>Regression Weight</i> sebagai Pengujian Hipotesis | 53 |
| 3.4.10 Pengujian Mediasi | 53 |
| 3.4.11 Interpretasi dan Modifikasi Model | 54 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 55 |
| 4.1 Hasil Penelitian..... | 55 |
| 4.1.1 Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM) | 55 |
| 4.2 Pembahasan | 72 |
| 4.2.1 <i>Customer Empowerment</i> Berpengaruh Terhadap <i>Customer Participation</i> | 72 |
| 4.2.2 <i>Customer Empowerment</i> Berpengaruh Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> | 74 |
| 4.2.3 <i>Customer Participation</i> Berpengaruh Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> | 76 |
| 4.2.4 <i>Customer Participation</i> Berpengaruh Terhadap <i>Customer Loyalty</i> | 78 |
| 4.2.5 <i>Customer Satisfaction</i> Berpengaruh Terhadap <i>Customer Loyalty</i> | 80 |
| 4.2.6 <i>Customer Participation</i> Memediasi <i>Customer Empowerment</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> | 81 |
| 4.2.7 <i>Customer Satisfaction</i> Memediasi <i>Customer Empowerment</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> | 83 |
| 4.2.8 <i>Customer Participation</i> Memediasi <i>Customer Empowerment</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> | 85 |
| 4.2.9 <i>Customer Satisfaction</i> Memediasi <i>Customer Participation</i> Terhadap | |

| | |
|--|------------|
| <i>Customer Loyalty</i> | 86 |
| 4.2.10 <i>Customer Participation</i> dan <i>Customer Satisfaction</i> Memediasi Secara Serial Pengaruh <i>Customer Empowerment</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> | 87 |
| BAB V SIMPULAN DAN SARAN | 90 |
| 5.1 Simpulan..... | 90 |
| 5.1 Saran | 92 |
| DAFTAR PUSTAKA | 94 |
| BIODATA PENULIS | 126 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 24 |
| Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel | 36 |
| Tabel 3.2 Skala Pengumpulan Data | 43 |
| Tabel 3.3 Variabel dan Konstruk Penelitian | 44 |
| Tabel 3.4 Persamaan Struktural | 48 |
| Tabel 3.5 Model Pengukuran | 48 |
| Tabel 3.6 Indeks Pengujian Kelayakan Model | 51 |
| Tabel 4.1 <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Eksogen..... | 57 |
| Tabel 4.2 <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Endogen | 59 |
| Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas | 61 |
| Tabel 4.4 <i>Computation of Degrees of Freedom (Default Model)</i> | 64 |
| Tabel 4.5 Indeks Pengujian Kelayakan Model (<i>Goodness-of-Fit</i>)..... | 65 |
| Tabel 4.6 Uji Validitas | 66 |
| Tabel 4.7 Uji Reliabilitas | 67 |
| Tabel 4.8 <i>Regression Weights: (Group Number 1 - Default Model)</i> | 67 |
| Tabel 4.9 <i>Standardized Regression Weights: (Group Number 1 - Default Model)</i> | 68 |
| Tabel 4.10 <i>User-Defined Estimands: (Group Number 1 - Default Model)</i> | 70 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Data Frekuensi Penggunaan OFD | 2 |
| Gambar 1.2 Data Pertumbuhan <i>Platform Online Delivery Food</i> 2017-2029 | 3 |
| Gambar 1.3 Data Penggunaan OFD Lebih Dari 1 Aplikasi | 4 |
| Gambar 1.4 Generasi Pengguna Layanan <i>Online Food Delivery</i> | 5 |
| Gambar 3.1 Model Penelitian | 44 |
| Gambar 3.2 <i>Path Diagram</i> Penelitian | 47 |
| Gambar 4.1 Hasil <i>Confirmatory Factory Analysis</i> Variabel Eksogen..... | 56 |
| Gambar 4.2 Hasil <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Endogen | 58 |
| Gambar 4.3 Hasil <i>Full Model SEM</i> | 64 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--------------------------------------|-----|
| Lampiran 1 Jadwal Penelitian | 102 |
| Lampiran 2 Kuesioner Penelitian..... | 103 |
| Lampiran 3 Data Penelitian..... | 110 |
| Lampiran 4 Biodata Penulis | 126 |