

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	9
1.3. Pertanyaan Penelitian	10
1.4. Tujuan Penelitian	11
1.5. Lingkup Penelitian	11
1.5.1. Model Penelitian	11
1.5.2. Objek Penelitian.....	12
1.5.3. Lokasi Penelitian	12
1.5.4. Waktu Penelitian	12
1.5.5. Manfaat Penelitian.....	12
1.6. Sistematika Penulisan	13
BAB II	16
2.1. Four Stage Loyalty Model	16
2.2. Kualitas Layanan Digital	17
2.2.1. Kualitas Tampilan	18
2.2.2. Keandalan.....	18
2.2.3. Responsivitas.....	19
2.2.4. Kemudahan Penggunaan	19
Keamanan.....	20
2.2.6. Efisiensi	20
2.3. Kepuasan Konsumen	21
2.4. Loyalitas Konsumen	22

2.5. Pengembangan Hipotesis	22
2.4.1. Pengaruh Kualitas Tampilan pada Kepuasan Konsumen.....	22
2.4.2. Pengaruh Keandalan pada Kepuasan Konsumen.....	23
2.4.3. Pengaruh Responsivitas pada Kepuasan Konsumen.....	24
2.4.4. Pengaruh Kemudahan Penggunaan pada Kepuasan Konsumen	24
2.4.5. Pengaruh Keamanan pada Kepuasan Konsumen.....	26
2.4.6. Pengaruh Efisiensi pada Kepuasan Konsumen	27
2.4.7. Pengaruh Kepuasan Konsumen pada Loyalitas Konsumen	27
2.6. Model Penelitian.....	28
<i>BAB III</i>.....	30
3.1. Desain Penelitian.....	30
3.2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	31
3.2.1. Kualitas Tampilan	31
3.2.2. Keandalan.....	31
3.2.3. Responsivitas.....	32
3.2.4. Kemudahan Penggunaan	33
3.2.5. Keamanan.....	34
3.2.6. Efisiensi	34
3.2.7. Kepuasan Konsumen.....	35
3.2.8. Loyalitas Konsumen.....	36
3.3. Desain Pengambilan Sampel	37
3.3.1. Metode Pengambilan Sampel.....	37
3.3.2. Populasi dan Unit Sampel.....	38
3.3.3. Ukuran Sampel.....	38
3.4. Objek Penelitian	39
3.5. Metode Pengumpulan Data	40
3.6. Instrumen Penelitian	41
3.7. Pengujian Instrumen.....	42
3.7.1. Uji Validitas.....	42
3.7.2. Uji Reliabilitas.....	44
3.8. Uji Multikolinearitas	44
3.9. Pengembangan Formulasi Dasar	45
3.10. Uji Model Penelitian	47
3.10.1. Tingkat Signifikansi.....	48
<i>BAB IV</i>.....	50
4.1. Profil Responden	50
4.1.1. Kota Tempat Tinggal.....	51
4.1.2. Jenis Kelamin	52

4.1.3.	Usia.....	53
4.1.4.	Pekerjaan.....	53
4.1.5.	Pengeluaran Setiap Bulan.....	55
4.1.6.	Layanan Dompot Digital yang Digunakan	56
4.2.	Uji Validitas	57
4.3.	Uji Reliabilitas	64
4.4.	Statistik Deskriptif.....	65
4.5.	Uji Multikolinearitas	67
4.6.	Uji Model Penelitian	69
4.6.1	Pengujian Hipotesis Pertama (Kualitas Tampilan berpengaruh positif pada Kepuasan Konsumen).....	72
4.6.2	Pengujian Hipotesis Kedua (Keandalan berpengaruh positif pada Kepuasan Konsumen)	73
4.6.3	Pengujian Hipotesis Ketiga (Responsivitas berpengaruh positif pada Kepuasan Konsumen)	73
4.6.4	Pengujian Hipotesis Keempat (Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif pada Kepuasan Konsumen).....	74
4.6.5	Pengujian Hipotesis Kelima (Keamanan berpengaruh positif pada Kepuasan Konsumen)	75
4.6.6	Pengujian Hipotesis Keenam (Efisiensi berpengaruh positif pada Kepuasan Konsumen)	75
4.6.7	Pengujian Hipotesis Ketujuh (Kepuasan Konsumen berpengaruh positif pada Loyalitas Konsumen)	76
4.7	Pembahasan	76
4.7.1	Pengaruh Kualitas Tampilan pada Kepuasan Konsumen.....	77
4.7.2	Pengaruh Keandalan pada Kepuasan Konsumen.....	77
4.7.3	Pengaruh Responsivitas pada Kepuasan Konsumen.....	78
4.7.4	Pengaruh Kemudahan Penggunaan pada Kepuasan Konsumen.....	79
4.7.5	Pengaruh Keamanan pada Kepuasan Konsumen.....	80
4.7.6	Pengaruh Efisiensi pada Kepuasan Konsumen	81
4.7.7	Pengaruh Kepuasan Konsumen pada Loyalitas Konsumen	82
4.8	Kesimpulan Uji Hipotesis.....	83
BAB V	85
5.1.	Simpulan.....	85
5.2.	Implikasi Manajerial	87
5.3.	Keterbatasan Penelitian	92
5.4.	Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN	102