

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
INTISARI	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Pertanyaan Penelitian	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
1.6 Lingkup Penelitian	11
1.7 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II.....	13
LANDASAN TEORI.....	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 <i>Logistic Service Quality</i>	13
2.1.2 Kepuasan.....	16
2.1.3 Kepercayaan.....	17
2.1.4 Komitmen	17
2.1.5 Loyalitas Konsumen	18
2.2 Hipotesis.....	20
2.2.1 Pengaruh <i>Relational Logistics Service Quality</i> (RLSQ) Terhadap <i>Operational Logistics Service Quality</i> (OSLQ).....	20
2.2.2 Pengaruh <i>Relational Logistics Service Quality</i> (RLSQ) Terhadap Komitmen	20
2.2.3 Pengaruh <i>Relational Logistics Service Quality</i> (RLSQ) Terhadap Kepercayaan...	21
2.2.4 Pengaruh <i>Relational Logistics Service Quality</i> (RLSQ) Terhadap Kepuasan.....	21
2.2.5 Pengaruh <i>Operational Logistics Service Quality</i> (OSLQ) Terhadap Kepuasan.....	21

2.2.6	Pengaruh <i>Operational Logistics Service Quality</i> (OLSQ) Terhadap Komitmen ...	22
2.2.7	Pengaruh <i>Operational Logistics Service Quality</i> (OSLQ) Terhadap Kepercayaan	22
2.2.8	Pengaruh Kepuasan Terhadap Kepercayaan.....	22
2.2.9	Pengaruh Kepuasan Terhadap <i>Attitude Loyalty</i> (AL).....	22
2.2.10	Pengaruh Kepuasan Terhadap <i>Behavioral Loyalty</i> (BL).....	23
2.2.11	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Komitmen	23
2.2.12	Pengaruh Kepercayaan Terhadap <i>Attitude Loyalty</i> (AL).....	24
2.2.13	Pengaruh Kepercayaan Terhadap <i>Behavioral Loyalty</i> (BL).....	24
2.2.14	Pengaruh Komitmen Terhadap <i>Attitude Loyalty</i> (AL).....	24
2.2.15	Pengaruh Komitmen Terhadap <i>Behavioral Loyalty</i> (BL).....	25
2.2.16	Pengaruh <i>Attitude Loyalty</i> (AL) Terhadap <i>Behavioral Loyalty</i> (BL)	25
2.3	Kajian Penelitian Terdahulu.....	26
2.4	Kerangka Penelitian	28
BAB III	29
METODA PENELITIAN	29
3.1	Desain Penelitian.....	29
3.2	Populasi, Sampel, Metode Pengumpulan Data	29
3.2.1	Ukuran Sampel.....	31
3.2.2	Pengumpulan Data	31
3.2.3	Waktu pelaksanaan Pengumpulan Data.....	31
3.3	Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	32
3.3.1	Variabel <i>Operational Logistics Service Quality</i>	32
3.3.2	Variabel <i>Relational Logistics Service Quality</i>	32
3.3.3	Variabel Kepuasan	33
3.3.4	Variabel Kepercayaan.....	33
3.3.5	Variabel Komitmen.....	34
3.3.6	Variabel <i>Attitudinal Loyalty</i>	34
3.3.7	Variabel <i>Behavioral Loyalty</i>	34
3.4	Metode Analisis Data	36
3.4.1	Analisis Partial Least Square	36
3.5	Analisis Statistik Deskriptif	39
3.6	Pengujian Hipotesis.....	39
3.6.1	Prosedur Bootstrapping.....	40
BAB IV	41
HASIL DAN PEMBAHASAN	41

4.1	Profil Responden	41
4.2	Evaluasi Outer Model.....	43
4.2.1	Uji Validitas Konvergen	43
4.2.2	Uji Validitas Diskriminan	44
4.2.3	Uji <i>Composite Reliability</i>	46
4.3	Evaluasi Model Struktural.....	47
4.3.1	Uji <i>Collinearity Statistic</i>	47
4.3.2	Model Keseluruhan	49
4.3.3	Persamaan Struktural	49
4.3.4	Koefisien Determinasi (R²)	51
4.3.5	<i>Predictive Relevance (Q²)</i>	52
4.3.6	<i>Effect Size (f²)</i>	53
4.4	Statistik Deskriptif.....	54
4.5	Uji Hipotesis.....	56
4.6	Pembahasan.....	58
4.6.1	H1: Relational logistics service quality (RLSQ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Operational logistics service quality (OLSQ).....	58
4.6.2	H2a: RSLQ berpengaruh positif dan signifikan terhadap komitmen.....	59
4.6.3	H2b: RSLQ berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan.....	60
4.6.4	H2c: RSLQ berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.	61
4.6.5	H3a: OLSQ berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.	62
4.6.6	H3b: OLSQ berpengaruh positif dan signifikan terhadap komitmen.	63
4.6.7	H3c: OLSQ berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan.....	64
4.6.8	H4: Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan.	65
4.6.9	H5a: Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap AL.	65
4.6.10	H5b: Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap BL.	66
4.6.11	H6: Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap komitmen.....	67
4.6.12	H7a: Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap AL.....	68
4.6.13	H7b: Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap BL.....	69
4.6.14	H8a: Komitmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap AL.....	70
4.6.15	H8b: Komitmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap BL.....	71
4.6.16	H9: AL berpengaruh positif dan signifikan terhadap BL.	72
BAB V	73
KESIMPULAN DAN SARAN	73
5.1	Kesimpulan.....	73



**PENGARUH LOGISTIC SERVICE QUALITY TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA JASA
PENGIRIMAN POS INDONESIA
STUDI PADA PARA PELAKU BISNIS DARING**

RIDHA JULIANSYAH, Anton Agus Setyawan, Prof. Dr., M.Si.

Universitas Gadjah Mada, 2022 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

5.2	Implikasi Manajerial	74
5.3	Keterbatasan Penelitian	78
5.4	Saran	78
DAFTAR PUSTAKA		80
LAMPIRAN		88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Peningkatan Transaksi E- Commerce	2
Gambar 1. 2 Persentase Usaha E-Commerce Menurut Selisih Tahun Mulai E-Commerce Dengan Tahun Mulai Beroperasi	3
Gambar 1. 3 Peningkatan Penggunaan Jasa Kurir Pengiriman Barang	5
Gambar 1. 4 Berbagai Metode Pengiriman Barang Pada Bisnis Daring	6
Gambar 1. 5 Berbagai Metode Pengiriman Barang Pada Bisnis Daring	7
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	28
Gambar 4.1 Outer dan Inner Model Penelitian	49

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 Skala Likert	35
Tabel 3.2 Tabel Penafsiran nilai Rerata	39
Tabel 4.1 Karakteristik Responden.....	41
Tabel 4.2 Outer Loading	43
Tabel 4.3 Nilai Cross loading	44
Tabel 4.4 Hasil Average Variance Extracted (AVE).....	45
Tabel 4.5 Hasil Composite Reliability	46
Tabel 4.6 Hasil Cronbach's Alpha.....	47
Tabel 4.7 Collinearity Statistic (VIF)	47
Tabel 4.8 Inner Model.....	50
Tabel 4.9 Hasil R-Square	51
Tabel 4.10 Tabel f-Square.....	53
Tabel 4.11 Hasil Statistik Deskriptif.....	54
Tabel 4.12 T-Statistik dan P-Values	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisioner Penelitian	88
Lampiran 2 Interpretasi SmartPLS	90