

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
INTISARI.....	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Pertanyaan Penelitian	4
1.4. Tujuan Penelitian.....	4
1.5. Ruang Lingkup Penelitian	5
1.6. Manfaat Penelitian.....	6
1.7. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	8
2.1. Landasan Teori Sekilas	8

2.1.1.	Teori Diskonfirmasi Ekspektasi (<i>Expectation Disconfirmation Theory</i>)	8
2.1.2.	Kualitas Layanan.....	8
2.1.3.	Nilai yang Dirasakan.....	9
2.1.4.	Keterikatan Merek.....	9
2.1.5.	Kepercayaan.....	9
2.1.6.	Kepuasan Konsumen.....	10
2.2.	Pengembangan Hipotesis	10
2.2.1.	Pengaruh kualitas layanan pada kepercayaan	10
2.2.2.	Pengaruh nilai yang dirasakan pada kepercayaan	10
2.2.3.	Pengaruh keterikatan merek pada kepercayaan	11
2.2.4.	Pengaruh kualitas layanan pada kepuasan konsumen.....	11
2.2.5.	Pengaruh nilai yang dirasakan pada kepuasan konsumen.....	11
2.2.6.	Pengaruh keterikatan merek pada kepuasan konsumen.....	12
2.2.7.	Pengaruh kepercayaan pada kepuasan konsumen.....	12
2.3.	Model Penelitian.....	13
BAB III METODE PENELITIAN.....		15
3.1.	Desain Penelitian	15
3.2.	Definisi Operasional Variabel	15
3.2.1.	Kualitas Layanan.....	15

3.2.2.	Nilai yang Dirasakan.....	17
3.2.3.	Keterikatan Merek.....	17
3.2.4.	Kepercayaan.....	18
3.2.5.	Kepuasan Konsumen.....	18
3.3.	Desain Pengambilan Sampel	19
3.3.1.	Metode Pengambilan Sampel.....	19
3.3.2.	Populasi dan Unit Sampel	19
3.3.3.	Ukuran Sampel.....	20
3.3.4.	Lokasi Penelitian.....	20
3.4.	Objek Penelitian	20
3.5.	Metode Pengumpulan Data	21
3.6.	Instrumen Penelitian.....	21
3.6.1.	Uji Pendahuluan Instrumen Penelitian.....	21
3.7.	Pengujian Instrumen Penelitian.....	22
3.7.1.	Uji Validitas	22
3.7.2.	Uji Reliabilitas	25
3.8.	Analisis Data	25
3.8.1.	Metode Analisis Data.....	25
3.8.2.	Uji Asumsi Klasik.....	26
3.8.3.	Uji <i>Goodness of Fit</i>	26

3.8.4.	Tingkat Signifikansi	27
3.8.5.	Pengujian Hipotesis.....	27
3.8.6.	Pengujian Variabel Mediasi	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		30
4.1.	Karakteristik Responden	30
4.1.1.	Usia Responden.....	30
4.1.2.	Jenis Kelamin Responden	31
4.1.3.	Domisili Responden	32
4.1.4.	Status Pekerjaan Responden	33
4.1.5.	Frekuensi Responden Dalam Melakukan Pembelian Daring Melalui Lokapasar dan Menggunakan Jasa Ekspedisi	34
4.1.6.	Merek Jasa Ekspedisi yang Digunakan Oleh Responden	34
4.2.	Uji Instrumen pada Sampel Besar	35
4.2.1.	Uji Validitas	35
4.2.2.	Uji Reliabilitas	38
4.3.	Statistik Deskriptif.....	39
4.4.	Uji Asumsi Klasik	40
4.4.1.	Uji Multikolinearitas	40
4.4.2.	Uji Normalitas	41
4.5.	<i>Goodness of Fit</i>	42

4.5.1.	Pengujian Hipotesis.....	48
4.6.	Pembahasan Pengujian Hipotesis	53
4.7.	Variabel Mediasi	57
4.7.1.	Pengujian Variabel Mediasi	57
4.8.	Pembahasan Variabel Mediasi	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		62
5.1.	Kesimpulan.....	62
5.2.	Keterbatasan Penelitian	63
5.3.	Saran Manajerial.....	64
5.4.	Saran untuk Penelitian Selanjutnya	66
DAFTAR PUSTAKA		67
LAMPIRAN		71