UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh Persepsi Promosi,Manfaat yang dirasakan, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Transportasi online pada Mahasiswa di Yogyakarta
Nurindera Ajiwardhana, Yulia Arisnani Widyaningsih, M.B.A., Ph.D.,
Universitas Gadjah Mada, 2024 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR i
DAFTAR ISI ii
DAFTAR TABEL iv
ABSTRAK vi
ABSTRACT vii
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan masalah 10
1.3 Pertanyaan Penelitian 11
1.4 Tujuan Penelitian 11
1.5 Motivasi penelitian 12
1.6 Manfaat Penelitian 12
1.7 Lingkup Penelitian 13
1.8 Sistematika penelitian 13
BAB II LANDASAN TEORI 15
2.1 Landasan Teori 15
2.1.1 Persepsi Promosi 15
2.1.2 Manfaat yang dirasakan 15
2.1.3 Kualitas layanan 16
2.1.4 Kepuasan Konsumen 17
2.1.5 Loyalitas 18
2.2 Tinjauan Pustaka dan Hipotesis Penelitian 19
2.3 Model Penelitian 26
BAB III METODE PENELITIAN 27
3.1 Desain Penelitian 27
3.2 Definisi Operasional Variabel 27
3.4 Teknik Pengumpulan Data 35
3.5 Teknik Analisis Data 35
3.6 Uji Hipotesis 37
3.7 Evaluasi kecocokan model 38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 39

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh Persepsi Promosi,Manfaat yang dirasakan, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Transportasi online pada Mahasiswa di Yogyakarta
Nurindera Ajiwardhana, Yulia Arisnani Widyaningsih, M.B.A., Ph.D.,
Universitas Gadjah Mada, 2024 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

4.1 Deskripsi data 39
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden..... 39
4.3 Hasil Uji Instrumen Penelitian 43
4.4 Pembahasan 60
4.5 Evaluasi Kecocokan Model..... 68
BAB V SIMPULAN..... 71
5.1 Simpulan..... 71
5.2 Implikasi..... 73
5.3 Keterbatasan dan Saran untuk Penelitian selanjutnya 75
Daftar Pustaka..... 76
Lampiran..... 82

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh Persepsi Promosi,Manfaat yang dirasakan, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Transportasi online pada Mahasiswa di Yogyakarta
Nurindera Ajiwardhana, Yulia Arisnani Widyaningsih, M.B.A., Ph.D.,
Universitas Gadjah Mada, 2024 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Persepsi promosi 28
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Manfaat yang dirasakan 30
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel Kualitas Layanan 32
Tabel 3.4 Definisi Operasional Variabel Kepuasan..... 33
Tabel 3.5 Definisi Operasional Variabel Loyalitas 34
Tabel 4.1 Tingkat Pengembalian Kuesioner 39
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan intensitas Penggunaan Aplikasi..... 40
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran per bulan 41
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Jangka waktu penggunaan Gojek dan Grab. 41
Tabel 4.5 Deskripsi Fitur aplikasi paling banyak digunakan Responden 42
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Konvergen Persepsi Promosi yang dirasakan 43
Tabel 4.7 Hasil Uji Konvergen Manfaat yang dirasakan..... 44
Tabel 4.8 Hasil Uji Konvergen Kualitas Layanan..... 44
Tabel 4.9 Hasil Uji Konvergen Kepuasan Konsumen 45
Tabel 4.10 Hasil Uji Konvergen Loyalitas 45
Tabel 4.11 Hasil uji Validitas Diskriminan Cross Loading..... 46
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Diskriminan Kriteria Fornell- Larcker..... 48
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Diskriminan HTMT 49
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas..... 50
Tabel 4.15 Statistik Deskriptif 52
Tabel 4.16 Hasil Statistik VIF..... 55
Tabel 4.17 Hasil Pengujian Seluruh Hipotesis Penelitian..... 56
Tabel 4.18 Hasil Path Coefficient Hipotesis Pertama..... 60
Tabel 4.19 Hasil Path Coefficient Hipotesis Kedua 62
Tabel 4.20 Hasil Path Coefficient Hipotesis Ketiga..... 63
Tabel 4.21 Hasil Path Coefficient Hipotesis Keempat..... 64
Tabel 4.22 Hasil Path Coefficient Hipotesis Kelima..... 65
Tabel 4.23 Hasil Path Coefficient Hipotesis Keenam..... 66
Tabel 4.24 Hasil Path Coefficient Hipotesis Ketujuh..... 67
Tabel 4.25 Tabel R Square..... 68
Tabel 4.26 Tabel SRMR..... 69
Tabel 4.27 PLS Predict..... 70

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh Persepsi Promosi,Manfaat yang dirasakan, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Transportasi online pada Mahasiswa di Yogyakarta
Nurindera Ajiwardhana, Yulia Arisnani Widyaningsih, M.B.A., Ph.D.,
Universitas Gadjah Mada, 2024 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tingkat Penetrasi Internet Indonesia 1
Gambar 1.2 Grafik Penggunaan Kendaraan pribadi.....3
Gambar 1.3 Tabel Transportasi *online* yang sering digunakan.....6
Gambar 1.4 Persentase jumlah konsumen transportasi *online*.....6
Gambar 4.1 Bootstrapping.....59