

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
INTISARI.....	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	4
1.4 Batasan Masalah	4
1.5 Tujuan Penelitian	4
1.6 Manfaat Penelitian	5
BAB II DASAR TEORI	6
2.1 Keterlibatan Produk	6
2.2 Skema Harga-Kualitas	8
2.3 Loyalitas Merek	8
2.4 Pengembangan Hipotesis	12
2.4.1 Pengaruh keterlibatan produk pada loyalitas merek	12
2.4.2 Pengaruh keterlibatan produk pada skema harga-kualitas.....	13
2.4.3 Pengaruh keterlibatan skema harga-kualitas pada loyalitas merek.....	14
2.5 Model Penelitian	15
BAB III METODA PENELITIAN	17
3.1 Desain Penelitian	17
3.3 Lokasi penelitian.....	19
3.4 Metoda Pengumpulan Data.....	19
3.5 Variabel Penelitian dan Pengukuran.....	19
3.5.1 Loyalitas merek.....	19
3.5.2 Keterlibatan produk	20
3.5.2.1 Ketertarikan.....	20
3.5.2.2 Kesenangan	21
3.5.2.3 Simbol	21
3.5.2.4 Kemungkinan terjadi risiko.....	21
3.5.3 Skema harga-kualitas	22
3.6 Skala pengukuran.....	22

3.7 Instrumen Riset	23
3.8 Pengujian Instrumen	24
3.8.1 Pengujian validitas	24
3.8.2 Pengujian reliabilitas.....	25
3.9 Metode Analisis Data.....	26
3.9.1 Metode regresi berganda.....	26
3.9.2 Asumsi klasik dari metode analisis.....	26
3.9.2.1 Uji normalitas.....	27
3.9.2.2 Uji multikolinearitas.....	27
3.9.2.3 Uji heteroskedastisitas.....	28
3.9.2.4 Pengujian <i>goodness of fit</i>	28
3.9.3 Tingkat signifikansi	30
3.9.4 Proses pengujian hipotesis	31
3.9.5 Proses pengujian pemediasian	31
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1 Deskripsi Responden	33
4.1.1 Deskripsi responden berdasarkan usia.....	33
4.1.2 Deskripsi responden berdasarkan pendidikan terakhir	34
4.1.3 Deskripsi responden berdasarkan pekerjaan.....	35
4.1.4 Deskripsi responden berdasarkan pendapatan per bulan	37
4.1.5 Deskripsi responden berdasarkan penyedia layanan transportasi daring yang sering digunakan	38
4.1.6 Deskripsi responden berdasarkan frekuensi penggunaan layanan transportasi daring	39
4.2 Pengujian Instrumen Penelitian	41
4.2.1 Uji validitas.....	41
4.2.1.1 Validitas konten	41
4.2.1.2 Validitas konstruk	41
4.2.2 Uji reliabilitas	43
4.3 Uji Asumsi Klasik.....	44
4.3.1 Uji normalitas	44
4.3.2 Uji multikolinearitas	45
4.3.3 Uji heteroskedastisitas	45
4.4 Statistik Deskriptif	46
4.5 Uji Hipotesis	47
4.5.1 Hasil pengujian hipotesis pertama	50
4.5.2 Hasil pengujian hipotesis kedua	51
4.5.3 Hasil pengujian hipotesis ketiga	51
4.6 Pembahasan.....	52
4.6.1 Hipotesis pertama	52
4.6.2 Hipotesis kedua.....	53
4.6.3 Hipotesis ketiga.....	53
4.7 Penemuan Mediasi Parsial	54
4.8 Analisis Tambahan.....	57
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	 60



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

**PENGARUH KETERLIBATAN PRODUK TERHADAP LOYALITAS MEREK DENGAN SKEMA
HARGA-KUALITAS SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI DALAM INDUSTRI TRANSPORTASI DARING**

NABILA SHAHNAZ HAFAT, Dr. B.M. Purwanto, M.B.A.

Universitas Gadjah Mada, 2018 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

5.1 Kesimpulan	60
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	61
5.3 Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	67