



## DAFTAR ISI

<b>Lembar Judul .....</b>	<b>i</b>
<b>Lembar Pengesahan.....</b>	<b>ii</b>
<b>Lembar Pernyataan .....</b>	<b>iii</b>
<b>Kata Pengantar .....</b>	<b>iv</b>
<b>Daftar Isi .....</b>	<b>vi</b>
<b>Daftar Tabel.....</b>	<b>ix</b>
<b>Daftar Gambar .....</b>	<b>x</b>
<b>Daftar Lampiran .....</b>	<b>xi</b>
<b>Abstrak.....</b>	<b>xii</b>
<b>Abstract.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	16
1.3. Pertanyaan Penelitian .....	17
1.4. Tujuan Penelitian .....	18
1.5. Manfaat Penelitian.....	18
1.5.1 Manfaat Teoritis .....	18
1.5.1 Manfaat Praktik .....	18
1.6. Ruang Lingkup Penelitian.....	19
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>20</b>
2.1. Kepuasan Pelanggan .....	20
2.1.1 Nilai Layanan .....	21
2.1.2 Citra Perusahaan .....	22
2.2 Biaya Perpindahan .....	24
2.2.1 Daya Tarik Alternatif .....	25
2.2.2 Biaya Pencarian .....	26
2.3 Loyalitas Pelanggan .....	26
2.4 Niat Berpindah .....	28
2.5 Pengembangan Hipotesis .....	29
2.5.1 Nilai Layanan .....	29
2.5.2 Citra Perusahaan .....	30
	vi



2.5.3 Daya Tarik Alternatif .....	31
2.5.4 Biaya Pencarian .....	31
2.5.5 Kepuasan Pelanggan .....	32
2.5.6 Niat Berpindah .....	33
2.5.7 Loyalitas Pelanggan .....	33
2.6 Model Penelitian .....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
3.1. Desain Penelitian .....	35
3.2. Metode Pengumpulan Data .....	35
3.3. Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	36
3.3.1 Nilai Layanan .....	36
3.3.2 Citra Perusahaan .....	36
3.3.3 Daya Tarik Alternatif .....	38
3.3.4 Biaya Pencarian .....	38
3.3.5 Kepuasan Pelanggan .....	38
3.3.6 Loyalitas Pelanggan .....	39
3.3.7 Niat Berpindah .....	39
3.4. Instrumen Penelitian .....	40
3.4.1 Uji Validitas .....	40
3.4.2 Hasil Pengujian Validitas dengan CFA .....	42
3.4.3 Uji Reliabilitas .....	44
3.4.4 Hasil Pengujian Reliabilitas .....	45
3.5 Metode Analisis Data .....	46
3.5.1 <i>Structural Equation Model</i> (SEM) .....	46
3.5.2 Tahapan Prosedur SEM .....	47
3.5.3 Uji Signifikansi Model .....	50
3.5.4 Uji Hipotesis .....	51
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>52</b>
4.1 Deskripsi Data Penelitian .....	52
4.1.1 Deskripsi Responden .....	52
4.1.2 Deskripsi Variabel Penelitian .....	55
4.2. Hasil <i>Structural Equation Modeling</i> .....	59
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel Besar .....	60



4.2.2 Uji Kecocokan .....	62
4.2.3 Uji Hipotesis .....	63
4.3. Diskusi dan Pembahasan .....	66
<b>BAB V KESIMPULAN</b> .....	<b>76</b>
5.1. Simpulan .....	76
5.2. Implikasi .....	78
5.2.1 Implikasi Teoritis .....	78
5.2.2 Implikasi Praktis .....	79
5.3. Keterbatasan .....	81
5.4. Saran .....	82
<b>Daftar Pustaka</b> .....	<b>83</b>
<b>Lampiran</b> .....	<b>89</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penggunaan Dompot Digital di Indonesia .....	3
Tabel 3.1 Klasifikasi Nilai KMO .....	42
Tabel 3.2 Hasil KMO dan <i>Barlett Test</i> .....	42
Tabel 3.3 Hasil <i>Rotated Component Matrix</i> Sampel Kecil.....	43
Tabel 3.4 Hasil uji Reliabilitas Cronbach's Alpha.....	45
Tabel 3.5 <i>Goodness of fit</i> Model Persamaan Struktural.....	50
Tabel 4.1 Jenis Kelamin .....	52
Tabel 4.2 Usia Responden.....	52
Tabel 4.3 Status Pekerjaan .....	53
Tabel 4.4 Dompot Digital yang Digunakan .....	53
Tabel 4.5 Kegunaan Dompot Digital .....	54
Tabel 4.6 Frekuensi Penggunaan Dompot Digital .....	55
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap Persepsi Nilai Layanan .....	55
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap Persepsi Citra Perusahaan.....	56
Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap Persepsi Daya tarik Alternatif.....	57
Tabel 4.10 Tanggapan Responden terhadap Persepsi Biaya Pencarian.....	57
Tabel 4.11 Tanggapan Responden terhadap Kepuasan Dompot Digital .....	58
Tabel 4.12 Tanggapan Responden terhadap Loyalitas Dompot Digital .....	58
Tabel 4.13 Tanggapan Responden terhadap Niat Berpindah.....	59
Tabel 4.14 Uji Validitas Sampel Besar .....	60
Tabel 4.15 Uji <i>Average Variance Extract</i> .....	61
Tabel 4.16 Uji Reliabilitas .....	61
Tabel 4.17 Uji Kecocokan Model .....	62
Tabel 4.17 Uji Hipotesis .....	63



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penggunaan Dompot Digital per Kategori .....	2
Gambar 1.2 Strategi Promosi OVO .....	5
Gambar 1.3 <i>Value Proposition</i> OVO .....	5
Gambar 1.4 Strategi Promosi DANA.....	6
Gambar 1.5 Pengguna Aktif Bulanan Dompot Digital .....	7
Gambar 1.6 Pencatatan Pengeluaran Pelanggan .....	12
Gambar 1.7 PayLater Go-Pay .....	12
Gambar 1.8 Produk GO-GIVE Berkolaborasi dengan Kitabisa.com .....	13
Gambar 1.9 Fortune <i>Change The World</i> .....	14
Gambar 1.10 Promo Kemerdekaan GO-PAY .....	15
Gambar 1.11 <i>Platform</i> Gila Diskon .....	16
Gambar 2.1 Model Penelitian .....	34
Gambar 4.1 Model Penelitian Lisrel .....	59



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	89
Lampiran 2 Data Validitas Sampel Kecil.....	92
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas .....	94
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas .....	96
Lampiran 5 Data Responden Penelitian.....	100
Lampiran 6 Data Penelitian.....	113
Lampiran 7 Deskripsi Responden .....	120
Lampiran 8 Deskripsi Variabel .....	121
Lampiran 9 Hasil Analisis Lisrel .....	125
Lampiran 10 Hasil Analisis Mediasi.....	132