

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN ORISINIL SKRIPSI .....	iii
MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
<u>1.1.Latar Belakang</u> .....	6
<u>1.2.Rumusan Masalah</u> .....	6
<u>1.3. Tujuan Penelitian</u> .....	7
<u>1.4. Manfaat Penelitian</u> .....	7
<u>1.4.1 Manfaat Praktis</u> .....	7
1.5. Tinjauan Teoritik .....	7
<u>1.5.1.1 E- Service Quality</u> .....	7
<u>1.5.1.2 Kepuasan Pelanggan</u> .....	10
<u>1.5.1.3 Loyalitas Pelanggan</u> .....	14
1.5.2 Tinjauan Empiris .....	17
<u>1.5.3 Konsep yang Menghubungkan Variabel</u> .....	24
<u>1.5.3.1 Pengaruh E- Service Quality terhadap Kepuasan Pelanggan</u> .....	24
<u>1.5.3.2 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan</u> .....	24
<u>1.5.3.3 Pengaruh E-service Quality terhadap loyalitas Pelanggan</u> .....	25
1.6 <u>Kerangka pemikiran</u> .....	25
1.7 <u>Definisi Konsep dan Operasional</u> .....	26
1.7.1 <u>Definisi Konsep</u> .....	26
1.7.2 <u>Definisi Operasional</u> .....	27
1.8 <u>Hipotesis</u> .....	30

<u>1.9. Metode Penelitian</u> .....	32
<u>1.9.1 Tipe Penelitian</u> .....	32
<u>1.9.2 Ruang Lingkup Penelitian</u> .....	32
<u>1.9.3 Lokasi Penelitian</u> .....	32
<u>1.9.4 Sumber Data</u> .....	32
<u>1.9.5 Teknik Pengumpulan Data</u> .....	32
<u>1.9.6 Populasi dan Sampel</u> .....	33
<u>1.9.6.3 Teknik Sampling</u> .....	35
<u>1.9.7 Uji Validitas dan Reabilitas</u> .....	36
<u>1.9.7.1 Uji Validitas</u> .....	36
<u>1.9.7.2 Uji Reliabilitas</u> .....	36
<u>1.9.8 Uji Asumsi Klasik</u> .....	36
<u>1.9.8.1 Uji Normalitas</u> .....	36
<u>1.9.8.2 Uji Heteroskedastitas</u> .....	37
<u>1.9.9.1 Teknik Analisis Data</u> .....	37
<u>1.9.9.1 Analisis Statistik Deskriptif</u> .....	38
<u>1.9.9.2 Analisis Statistik Inferensial</u> .....	37
<u>1.9.9.3 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)</u> .....	38
<u>1.9.10 Uji Hipotesis</u> .....	40
<u>1.9.10.1 Uji t</u> .....	41
<u>1.9.10.2 Uji Sobel</u> .....	40
<b>BAB II</b> .....	42
<b>GAMBARAN UMUM OBYEK</b> .....	42
<u>2.1 Profil OLX.co.id</u> .....	42
<u>2.2 Sejarah Singkat OLX.co.id</u> .....	44
<u>2.3 Logo Perusahaan</u> .....	45
<b>BAB III</b> .....	46
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	46
<u>3.1 Karakteristik Responden</u> .....	47
<u>3.1.1 Responden Berdasarkan Jurusan</u> .....	47
<u>3.1.2 Reponden Berdasarkan Jenis Kelamin</u> .....	48

<u>3.1.3 Reponden Berdasarkan Usia</u> .....	48
<u>3.1.4 Reponden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan</u> .....	49
<u>3.2 Hasil Uji Instrumen Penelitian</u> .....	50
<u>3.2.1 Uji Validitas</u> .....	50
<u>3.2.2 Uji Reliabilitas</u> .....	52
<u>3.3 Teknik Analisis Data</u> .....	53
<u>3.3.1.1 Analisis Statistik Deskriptif Variabel <i>E- Service Quality</i></u> .....	54
<u>3.3.1.2 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan</u> .....	64
<u>3.3.1.3 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan</u> .....	68
<u>3.3 Uji Asumsi Klasik</u> .....	79
<u>3.3.1 Normalitas</u> .....	79
<u>3.3.2 Uji Heteroskedastisitas</u> .....	80
<u>3.4 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)</u> .....	81
<u>3.4.1 Pengaruh <i>E- Service Quality</i> (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Z)</u> ....	81
<u>3.4.2 Pengaruh Kepuasan Pelanggan (Z) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)</u> .	83
<u>3.4.3 Pengaruh <i>E- Service Quality</i> (X) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)</u> .....	85
<u>3.5 Pengaruh Tidak Langsung (Uji Sobel)</u> .....	89
<u>3.6 Pembahasan</u> .....	90
<u>3.6.1 Pengaruh <i>E- Service Quality</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan</u> .....	90
<u>3.6.2 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan</u> .....	91
<u>3.6.3 Pengaruh <i>E- Service Quality</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan</u> .....	92
<u>3.6.4 Pengaruh <i>E- Service Quality</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui     Kepuasan pelanggan</u> .....	93
<u>BAB IV</u> .....	94
<u>Kesimpulan dan Saran</u> .....	94
<u>a. Kesimpulan</u> .....	94
<u>b. Saran</u> .....	95
<u>Daftar Pustaka</u> .....	97
<u>Lampiran</u> .....	