

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|-----------|
| HALAMAN PENGESAHAN..... | ii |
| ORISINALITAS | iii |
| HALAMAN PERSEMBAHAN..... | iv |
| MOTTO..... | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| ABSTRAK | ix |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | ii |
| ORISINALITAS SKRIPSI | iii |
| HALAMAN PERSEMBAHAN..... | iv |
| MOTTO..... | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| ABSTRAK | ix |
| DAFTAR ISI..... | x |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| <u>1.1 Latar Belakang Masalah.....</u> | <u>1</u> |
| <u>1.2 Rumusan Masalah</u> | <u>10</u> |
| <u>1.3 Tujuan Penelitian</u> | <u>11</u> |
| <u>1.4 Manfaat Penelitian</u> | <u>12</u> |
| 1.4.1 Manfaat Teoritis | 12 |
| 1.4.2 Manfaat Praktis | 12 |
| <u>1.5 Landasan Pustaka</u> | <u>13</u> |
| 1.5.1 Landasan Teori..... | 13 |
| 1.5.2 Landasan Empiris | 44 |
| <u>1.6 Hubungan Antar Variabel</u> | <u>73</u> |
| <u>1.7 Kerangka Pemikiran.....</u> | <u>76</u> |
| <u>1.8 Pengaruh Hipotesis.....</u> | <u>81</u> |
| 1.8.1 Tabel Ringkasan..... | 83 |
| <u>1.9 Definisi Konsep dan Operasional.....</u> | <u>84</u> |
| 1.9.1 Definisi Konsep..... | 84 |
| 1.9.2 Definisi Operasional..... | 85 |
| <u>1.10 Metode Penelitian.....</u> | <u>89</u> |
| 1.10.1 Tipe Penelitian | 89 |

| | |
|---|-------------------|
| 1.10.2 Ruang Lingkup Penelitian | 89 |
| 1.10.3 Lokasi Penelitian | 89 |
| 1.10.4 Populasi dan Sampel | 90 |
| 1.10.5 Teknik Sampling | 91 |
| 1.10.6 Sumber Data..... | 92 |
| 1.10.7 Teknik Pengumpulan Data | 92 |
| 1.10.8 Teknik Pengukuran Data | 93 |
| 1.10.9 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas..... | 93 |
| 1.10.10 Teknik Analisis Data | 95 |
| BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN | 101 |
| <u>2.1 Profil Gojek.....</u> | <u>101</u> |
| <u>2.2 Sejarah Gojek.....</u> | <u>102</u> |
| <u>2.3 Struktur Organisasi di Gojek.....</u> | <u>104</u> |
| <u>2.4 Jenis Layanan Jasa yang ada di Gojek</u> | <u>109</u> |
| 2.4.1 Transportasi dan Logistik..... | 109 |
| 2.4.2 Pembayaran | 110 |
| 2.4.3 Pesan Makanan dan Belanja | 111 |
| 2.4.4 Bisnis..... | 112 |
| 2.4.5 Hiburan | 113 |
| BAB III PEMBAHASAN DAN HASIL..... | 114 |
| <u>3.1 Karakteristik Responden</u> | <u>114</u> |
| 3.1.1 Berdasarkan Jenis Kelamin | 115 |
| 3.1.2 Berdasarkan Tahun Angkatan Mahasiswa | 115 |
| 3.1.3 Berdasarkan Jumlah Kunjungan | 116 |
| 3.1.4 Berdasarkan Jumlah Transaksi atau Penggunaan Layanan | 117 |
| <u>3.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....</u> | <u>118</u> |
| 3.2.1 Variabel Relationship Marketing..... | 119 |
| 3.2.2 Variabel Gamification | 121 |
| 3.2.3 Variabel Customer Experience | 123 |
| 3.2.4 Variabel Customer Satisfaction | 126 |
| 3.2.5 Variabel Brand Loyalty | 128 |
| <u>3.3 Analisis Inferensial SmartPls-Outer Model</u> | <u>130</u> |
| 3.3.1 Uji Validitas | 130 |
| 3.3.2 Uji reliabilitas..... | 135 |

| | |
|---|-----|
| <u>3.4 Analisis Inferensial SmartPLS-Inner Model</u> | 136 |
| 3.4.1 R-Square..... | 136 |
| 3.4.2 F-square..... | 137 |
| <u>3.5 Pengujian Hipotesis</u> | 138 |
| 3.5.1 <i>Path Coefficient Hipotesis</i> | 139 |
| 3.5.2 Specific Indirect Effect Hipotesis | 144 |
| <u>3.6 Pembahasan</u> | 148 |
| 3.6.1 Pengaruh <i>relationship marketing</i> terhadap <i>customer satisfaction</i> | 148 |
| 3.6.2 Pengaruh <i>gamification</i> terhadap <i>customer satisfaction</i> | 148 |
| 3.6.3 Pengaruh <i>customer experience</i> terhadap <i>customer satisfaction</i> | 149 |
| 3.6.4 Pengaruh <i>relationship marketing</i> terhadap <i>brand loyalty</i> | 150 |
| 3.6.5 Pengaruh <i>gamification</i> terhadap <i>brand loyalty</i> | 150 |
| 3.6.6 Pengaruh <i>customer experience</i> terhadap <i>brand loyalty</i> | 151 |
| 3.6.7 Pengaruh <i>customer satisfaction</i> terhadap <i>brand loyalty</i> | 152 |
| 3.6.8 Pengaruh <i>relationship marketing</i> terhadap <i>brand loyalty</i> melalui <i>customer satisfaction</i> | 153 |
| 3.6.9 Pengaruh <i>gamification</i> terhadap <i>brand loyalty</i> melalui <i>customer satisfaction</i> | 153 |
| 3.6.10 Pengaruh <i>customer experience</i> terhadap <i>brand loyalty</i> melalui <i>customer satisfaction</i> | 154 |
| BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN | 155 |
| <u>4.1 Kesimpulan</u> | 155 |
| <u>4.2 Saran</u> | 157 |
| daftar pustaka | 161 |
| LAMPIRAN | 169 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|-----|
| GAMBAR 1.1 Alasan Bisnis Startup Gagal | 2 |
| GAMBAR 1.2 Penggunaan Jasa Transportasi Online | 5 |
| GAMBAR 1.3 Destinasi yang Dituju Menggunakan Transportasi Online | 9 |
| GAMBAR 1.4 Kerangka Pemikiran | 77 |
| GAMBAR 1.5 Model Penelitian Tedahulu | 79 |
| GAMBAR 1.6 Model Penelitian Tedahulu | 79 |
| GAMBAR 1.7 Model Penelitian Tedahulu | 80 |
| GAMBAR 1.8 Model Penelitian Tedahulu | 80 |
| GAMBAR 1.9 Model Penelitian Tedahulu | 80 |
| GAMBAR 1.10 Model Penelitian Tedahulu | 81 |
| GAMBAR 1.11 Model Penelitian Tedahulu | 81 |
| GAMBAR 1.12 Model Penelitian | 82 |
| GAMBAR 1.13 Model Hipotesis | 87 |
| GAMBAR 2.1 Struktur Organisasi Gojek | 109 |
| GAMBAR 3.1 Diagram Jalur Outer Model | 134 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|-----|
| TABEL 1.1 Beberapa penelitian terdahulu | 58 |
| TABEL 1.2 Ringkasan Pengaruh antar Variabel | 87 |
| TABEL 1.3 Skala Likert | 97 |
| TABEL 3.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin | 119 |
| TABEL 3.2 Karakteristik responden berdasarkan tahun angkatan mahasiswa | 120 |
| TABEL 3.3 Karakteristik responden berdasarkan jumlah kunjungan | 120 |
| TABEL 3.4 Karakteristik responden berdasarkan jumlah transaksi | 121 |
| TABEL 3.5 Rekapitulasi rata-rata item variabel relationship marketing | 123 |
| TABEL 3.6 Rekapitulasi rata-rata item variabel gamification | 124 |
| TABEL 3.7 Rekapitulasi rata-rata item variabel customer experience | 128 |
| TABEL 3.8 Rekapitulasi rata-rata item variabel customer satisfaction | 130 |
| TABEL 3.9 Rekapitulasi rata-rata item variabel brand loyalty | 132 |
| TABEL 3.10 Uji Validitas Convergen Validity | 135 |
| TABEL 3.11 Uji Discriminant Validity – Cross Loading | 137 |
| TABEL 3.12 Uji Discriminant Validity- average variant extracted (AVE) | 138 |
| TABEL 3.13 Uji Reliabilitas Composite realibility dan Cronbach’s Alpha | 139 |
| TABEL 3.14 Koefisien Determinasi | 140 |
| TABEL 3.15 Effect Size f-square | 141 |
| TABEL 3.16 Path Coefficient Hipotesis | 143 |
| TABEL 3.17 Specific Indirect Effect Hipotesis | 148 |