

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.1. Rumusan Masalah.....	8
1.2. Batasan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Teoritis	10
1.4.2 Manfaat Praktis.....	11
1.5. Sistematika Penelitian.....	11
BAB II.....	13

TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1. <i>Customer Retention</i> (Retensi Pelanggan)	13
2.2. Kualitas Layanan Digital (<i>e-Service Quality</i>)	16
2.3. Kepuasan Pelanggan	19
2.4. <i>Trust</i> (Kepercayaan)	22
2.5. Hubungan Antar Variabel	24
2.5.1 E-Service Quality dengan Kepuasan Pelanggan	24
2.5.2 E-Service Quality dengan Customer Trust	26
2.5.3 Kepuasan Pelanggan dengan Retensi Pelanggan	26
2.5.4 <i>Customer Trust</i> dengan Retensi Pelanggan	27
2.5.5 <i>E-Service Quality</i> dengan Retensi Pelanggan	28
2.6. Model Penelitian	29
BAB III	31
METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1. Desain Penelitian	32
3.2. Unit Analisis	33
3.3. Operasionalisasi Variabel Penelitian	34
3.4. Populasi dan Sampel	38
3.4.1 Penentuan Jumlah Sampel	38
3.5. Metode Pengumpulan Data	40
3.6. Metode Analisis Data: Structural Equation Modeling With Partial Least Squares Path Modeling (SEM-PLS)	42

3.6.1	Structural Equation Modeling (SEM)	42
3.6.2	PLS-SEM dengan Model Jalur	43
3.7.	Pengujian Instrumen Penelitian.....	45
3.7.1	Konsistensi Internal / Uji Reliabilitas Pre-test	46
3.7.2	Uji Validitas Konvergen Pre-test	47
3.7.3	Uji Validitas Diskriminan Pre-test	49
3.7.4	Hasil Uji Instrumen Penelitian Pretest	51
BAB IV		52
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		52
4.1.	Hasil Penelitian	52
4.1.1	Profil Demografik Responden.....	52
4.1.2	Statistik Deskriptif Konstruk Penelitian Data Aktual.....	56
4.1.3	Outer Model	59
4.1.4	Inner Model.....	64
4.2.	Pembahasan	71
BAB V		76
KESIMPULAN		76
5.1.	Kesimpulan.....	76
5.2.	Implikasi Penelitian	77
5.2.1	Implikasi Teoritis.....	77
5.2.2	Implikasi Manajerial.....	79
5.3.	Keterbatasan dan Saran Penelitian Berikutnya	80
DAFTAR PUSTAKA		81

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Persamaan dan perbandingan dimensi e-service quality dari enam penelitian	18
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	34
Tabel 3. 2 Jumlah Sampel Minimum Untuk PLS-SEM Untuk Stastical Power 80%	39
Tabel 3. 3 Hasil Uji Reliabilitas Pre-test.....	47
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas Indikator Pre-test	48
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Konvergen Pre-test.....	49
Tabel 3. 6 Hasil uji validitas diskriminan dengan HTMT	50
Tabel 4. 1 Nilai Rentang dan Kategori.....	57
Tabel 4. 2 Tabel Distribusi Central Tendency dan Interpretasinya.....	58
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas Konstruk Data Aktual.....	60
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Konvergen Data Aktual	60
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas Indikator Data Aktual: Outer Loadings.....	61
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas HTMT Data Aktual Dengan Tingkat Signifikansi 0.05..	63
Tabel 4. 7 Hasil Uji Hipotesis.....	65
Tabel 4. 8 Nilai R-square	70
Tabel 4. 9 Nilai f square.....	70
Tabel 4. 10 Nilai Q-square.....	71
Tabel 4. 11 Model Fit.....	71

Tabel 5. 1 Perbandingan Hasil Uji Hipotesis..... 78



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Sepuluh besar kategori aplikasi ponsel pintar di Indonesia per Januari 2021	6
Gambar 1.2 20 Website dengan angka kunjungan tertinggi per Januari 2021	7
Gambar 1.3 Daftar aplikasi mobile health terbanyak di Google Playstore per Desember 2021.....	7
Gambar 2. 1 Diagram Perbandingan Piramida Organisasi <i>Profit-Center</i> (Tradisional) dengan <i>Customer- Oriented</i> (Modern).....	13
Gambar 2. 2 Kerangka kerja	30
Gambar 3. 1 Contoh 5-point skala Likert.	42
Gambar 3. 2 Langkah-langkah sistematis evaluasi hasil pengujian PLS-SEM.....	45
Gambar 3. 1 Contoh 5-point skala Likert.	42
Gambar 3. 2 Langkah-langkah sistematis evaluasi hasil pengujian PLS-SEM.....	45
Gambar 4. 1 Sebaran Jenis Kelamin Berdasarkan Golongan Usia Responden	52
Gambar 4. 2 Distribusi Persentase Profesi Responden	53
Gambar 4. 3 Distribusi Proporsi Pendapatan Responden.	53
Gambar 4. 4 Sebaran Domisili Responden	54
Gambar 4. 5 Rentang Frekuensi Penggunaan Dan Masa Akuisisi Pelanggan Baru Aplikasi Halodoc.....	55

Gambar 4. 6 Distribusi persentase alasan utama responden memilih Halodoc sebagai aplikasi mHealth..... 55

Gambar 4. 7 Distribusi frekuensi tujuan utama para responden menggunakan aplikasi mHealth Halodoc..... 56

Gambar 4. 8 Langkah-langkah asesmen HTMT 62

Gambar 4. 9 Model Koefisien Jalur - Bootstrapping 69

