

DAFTAR ISI

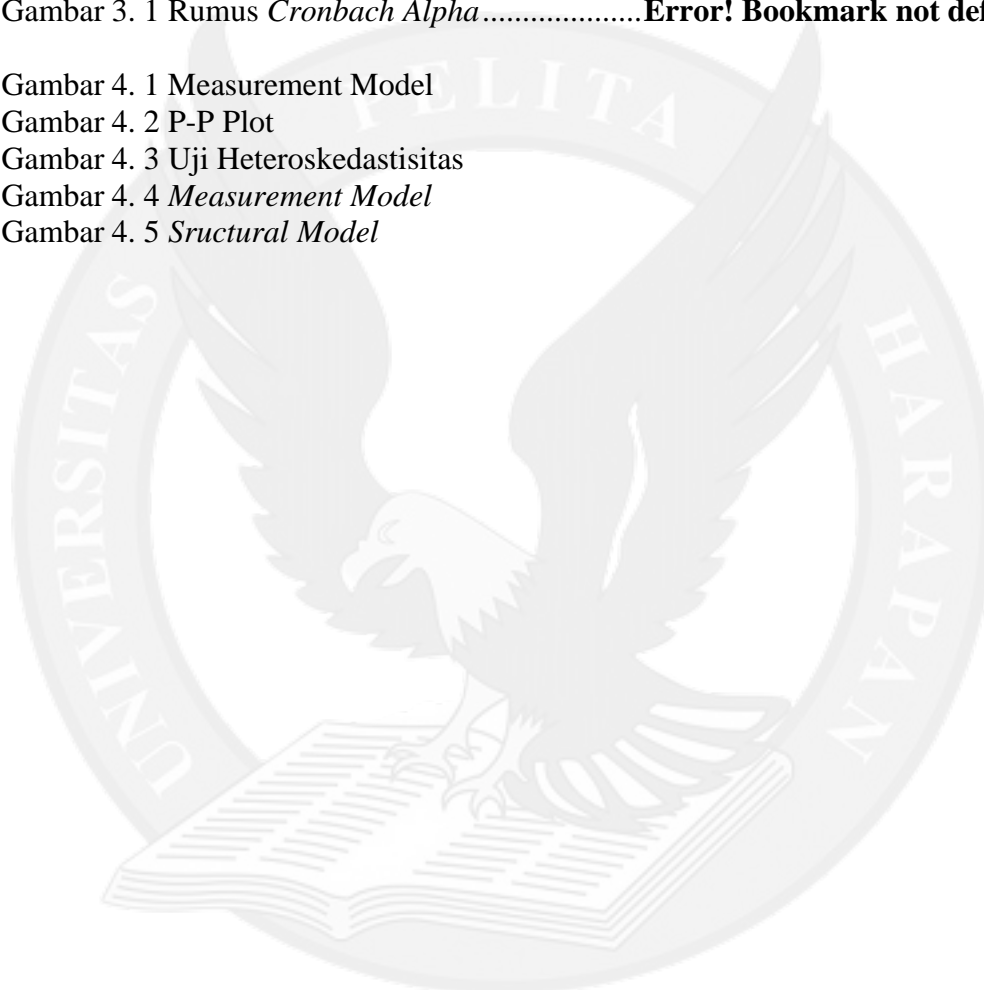
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Tinjauan Empiris	10
1.3 Rumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Manfaat Penelitian	13
1.6 Ruang Lingkup Penelitian.....	15
1.7 Kontribusi Penelitian.....	15
1.8 Sistematika Penelitian	17
BAB II	19
2.1 Landasan Teori.....	19
2.2 Kepuasan Pelanggan/ <i>Customer satisfaction</i> (CS).....	20
2.3 Kualitas Produk / <i>Product Quality</i> (PQ).....	23
2.4 Kualitas Pelayanan / <i>Quality of Service</i> (SQ)	25
2.5 <i>Customer perceived value</i> Konsumen / <i>Customer Perceived Value</i> (CPV) 26	
2.6 Penggunaan Sosial Media / <i>Social media usage</i> (SM).....	26
2.7 Pengaruh antar variabel dan Hipotesis	27
2.7.1 Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer satisfaction</i>	27
2.7.2 Pengaruh <i>Quality of Service</i> terhadap <i>Customer satisfaction</i>	29
2.7.3. Pengaruh <i>Customer Perceived Value</i> terhadap <i>Customer satisfaction</i> 30	
2.7.4 Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Perceived Value</i>	31
2.7.5 Pengaruh <i>Quality of Service</i> terhadap <i>Customer Perceived Value</i>	32
2.7.6 Pengaruh Mediasi <i>Customer Perceived Value</i> pada hubungan antara <i>Product Quality, Quality of Service</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	32

2.7.7 Apakah Social Media Usage memiliki pengaruh moderasi signifikan secara positif pada hubungan Product Quality, Quality of Service dan Customer Perceived terhadap Customer Satisfaction	34
2.14 Metode Riset	35
2.15 Model Penelitian	36
BAB III.....	37
3.1 Paradigma Penelitian.....	37
3.2 Jenis Penelitian.....	38
3.3 Desain Penelitian.....	39
3.3.1 Populasi	39
3.3.2 Sampel dan Teknik Sampel.....	39
3.4 Objek Penelitian	40
3.5 Subjek Penelitian.....	41
3.6 Unit Analisis.....	41
3.7 Pengukuran Variabel.....	42
3.8 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional.....	43
3.9 Skala Pengukuran.....	47
3.10 Metode Pengumpulan Data	48
3.11 Etika Pengumpulan Data.....	49
3.12 Ukuran Sampel.....	50
3.13 Metode Analisis Data.....	51
3.14 Instrumen Penelitian.....	52
3.14.1 Validitas	52
3.14.2 Reliabilitas	53
3.15 Uji Asumsi Klasik.....	54
3.15.1 Uji Normalitas.....	54
3.15.2 Uji Multikolinieritas.....	54
3.15.3 Uji Heteroskedastisitas.....	55
3.16 SEM AMOS 26.....	55
3.17 Uji Pretest.....	58
3.17.1 Uji Validitas Pretest	58
3.17.2 Uji Reabilitas Pretest.....	62
BAB IV	64
4.1 Profil Responden.....	64
4.1.1 Jenis Kelamin.....	65

4.1.2 Kategori Usia	66
4.1.3 Pengeluaran untuk Produk Kecantikan/Perawatan Tubuh.....	66
4.1.4 Pekerjaan	66
4.2 Hasil Uji Actual.....	67
4.2.2 Statistik Deskriptif	67
4.2.3 Statistika Inferensial.....	70
4.2.4 Uji Validitas dan Realibilitas Aktual	70
4.2.5 Uji Normalitas Aktual	75
4.2.6 Uji Multikolonieritas Aktual	76
4.2.7 Uji Heteroskedasitas Aktual.....	77
4.2.8 Model Fit.....	79
4.2.9. Pengujian Model	80
4.2.11. Pengujian Moderasi.....	84
4.2.11 Pengujian Hipotesis.....	85
4.3 Diskusi	86
4.4 Perbandingan dengan Penelitian yang Dilakukan Jurnal Sebelumnya	95
BAB V.....	98
5.1 Kesimpulan	98
5.2 Implikasi Teoritis	102
5.3 Implikasi Manajerial	105
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	108
5.5 Rekomendasi Penelitian Selanjutnya	109
DAFTAR PUSTAKA	111

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Lima Brand Perawatan Wajah Terlaris di E-Commerce Indonesia	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2. 1 Model Penelitian	36
Gambar 3. 1 Rumus <i>Cronbach Alpha</i>	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 1 Measurement Model	70
Gambar 4. 2 P-P Plot	75
Gambar 4. 3 Uji Heteroskedastisitas	77
Gambar 4. 4 <i>Measurement Model</i>	80
Gambar 4. 5 <i>Sructural Model</i>	81



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional	43
Tabel 3. 2 Tabel "r"	58
Tabel 3. 3 Validitas <i>Pretest (Product Quality)</i>	59
Tabel 3. 4 Validitas <i>Pretest (Quality of Service)</i>	60
Tabel 3. 5 Validitas <i>Pretest (Customer Perceived Value)</i>	60
Tabel 3. 6 Validitas <i>Pretest (Social Media Usage)</i>	61
Tabel 3. 7 Validitas <i>Pretest (Customer Satisfaction)</i>	61
Tabel 3. 8 Reliabilitas <i>Pretest</i>	63
Tabel 4. 1 Tabel Profil Responden	65
Tabel 4. 2 Tabel Statistik Deskriptif	68
Tabel 4. 3 Uji Validitas Konvergen Aktual	71
Tabel 4. 4 Uji Validitas Konvergen AVE Aktual	72
Tabel 4. 5 Fornell-Larcker Criterion	73
Tabel 4. 6 Tabel <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	74
Tabel 4. 7 Uji Kolmogorov-Smirnov	76
Tabel 4. 8 Tabel Uji Multikolonieritas	76
Tabel 4. 9 Tabel <i>Goodness of Fit</i>	79
Tabel 4. 10 Hasil Regresi	81
Tabel 4. 11 Efek Moderasi CPV terhadap PQ-->CS	83
Tabel 4. 12 Efek Moderasi CPV terhadap QS-->CS	83
Tabel 4. 13 Hasil Regresi	84
Tabel 4. 14 Uji Hipotesis	85
Tabel 4. 15 Perbandingan Uji Hipotesis Penelitian Sebelumnya	96

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A. KUESIONER	121
LAMPIRAN B. TES PENDAHULUAN	128
LAMPIRAN C. TES AKTUAL.....	131

