

DAFTAR ISI

halaman

HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR	
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	
PENYATAAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	
BAB I PENDAHULUAN.....	12
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
1.4.1 Manfaat Praktis	15
1.4.2 Manfaat Teoritis.....	15
1.5. Manfaat Bagi Penelitian Selanjutnya.....	16
1.6 Sistematika Penulisan	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 E-Service Quality.....	18
2.1.1 Pengertian E-Service Quality	18
2.1.2 Karakteristik E-Service Quality.....	19
2.1.3 Manfaat E-Service Quality	20
2.1.4 Dimensi E-Service Quality	21
2.2 Kenyamanan Layanan Online	22
2.2.1 Pengertian Kenyamanan Layanan Online	22
2.2.2 Ukuran Kenyamanan Layanan Online	24
2.2.3 Dimensi Kenyamanan Layanan Online	25
2.3 E-Customer Satisfaction.....	27
2.3.1 Pengertian E-Customer Satisfaction	27
2.3.2 Dimensi Kepuasan E-Customer Satisfaction	29
2.3.3 Indikator Pengukuran E-Customer Satisfaction	29
2.3.4 Dimensi E-Satisfaction	30
2.4 E-Customer Loyalty.....	31
2.4.1 Pengertian E-Customer Loyalty	31
2.4.2 Manfaat E- Customer Loyalty	32
2.4.3 Dimensi E-Loyalty	33
2.5 Hubungan Antar Variabel	33

2.5.1	Hubungan antara Variabel <i>E-Service Quality</i> dan Variabel <i>E-Customer Satisfaction</i>	34
2.5.2	Hubungan antara Variabel Kenyamanan Layanan Online dan Variabel <i>E-Customer Satisfaction</i>	35
2.5.3	Hubungan antara Variabel <i>E-Service Quality</i> dan Variabel <i>E-Loyalty Customer</i>	36
2.5.4	Hubungan antara Variabel Kenyamanan Layanan Online dan Variabel <i>E-Loyalty Customer</i>	37
2.5.5	Hubungan antara Variabel <i>E-Customer Satisfaction</i> dan Variabel <i>E-Loyalty</i>	38
2.5.6	Hubungan antara Variabel <i>E-Service Quality</i> dan dan Variabel <i>E-Loyalty</i> yang dimediasi oleh Variabel <i>E-Customer Satisfaction</i>	40
2.5.7	Hubungan antara Variabel Kenyamanan Layanan Online dan Variabel <i>E-Loyalty</i> yang dimediasi oleh Variabel <i>E-Customer Satisfaction</i>	41
2.6	Model Penelitian	42
BAB III METODE PENELITIAN		43
3.1	Objek Penelitian	43
3.2	Teknik <i>Sampling</i> dan Populasi	43
3.2.1	Populasi	44
3.2.2	Teknik <i>Sampling</i>	44
3.3	Unit Analisis	45
3.4	Jenis Penelitian	46
3.5	Operasionalisasi Variabel Penelitian	46
3.6	Metode Pengumpulan Data	49
3.6.1	Data Primer	49
3.6.2	Data Sekunder	49
3.7	Metode Teknik Analisis Data	50
3.7.1	Pengertian Partial Least Square-SEM	50
3.8	Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	52
3.8.1	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Inner Model</i>)	54
3.8.2	Menguji Model Struktural (Inner Model)	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		61
4.1	Karakteristik Responden	61
4.2	Analisis Deskriptif Variabel	63
4.3	Analisis Data Penelitian	67
4.3.1	Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	67
4.3.2	Evaluasi Model Struktural (Inner Model)	72
4.4	Hasil Uji Hipotesis Langsung	76
4.4.1	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> (X1) Terhadap <i>E-Customer Satisfaction</i> (Y)	77

4.4.2	Pengaruh Kenyamanan Layanan Online (X2) Terhadap Pengaruh <i>E-Customer Satisfaction</i> (Y)	79
4.4.3	Pengaruh E-Service Quality (X1) Terhadap E-Loyalty Customer (Z)	79
4.4.4	Pengaruh Kenyamanan Layanan Online (X2) Terhadap <i>E-Loyalty Customer</i> (Z)	81
4.4.5	Pengaruh <i>E-Customer Satisfaction</i> (Y) Terhadap <i>E-Loyalty Customer</i> (Z)	81
4.5	Hasil Uji Hipotesis Tidak Langsung.....	82
4.5.1	Peran E-Customer Satisfaction (Y) Pada Pengaruh Antara E-Service Quality (Y) Terhadap E-Loyalty Customer (Z)	82
4.5.2	Peran E-Customer Satisfaction (Y) Pada Pengaruh Antara Kenyamanan Layanan Online (X2) Terhadap E-Loyalty Customer (Z).....	84
4.6	Pembahasan Hasil Penelitian.....	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		88
5.1	Kesimpulan	88
5.2	Implikasi Manajerial	89
5.3	Keterbatasan dan Saran Bagi Penelitian Selanjutnya.....	91

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

halaman

Gambar 1.1 Gambar Annual Digital Growth Pengguna Internet (Sumber: We Are Social 2021)	2
Gambar 1.2 Gambar Use Of Banking and Financial Services Apps (Sumber: We Are Social 2021)	5
Gambar 1.3 Gambar Screen Shoot Berita Gangguan Aplikasi Livin by MAndiri (Sumber: Google)	9
Gambar 1.4 Gambar Screenshoot Review Pengguna Aplikasi Livin by Mandiri di IOS App Store (Sumber: IOS App Store)	10
Gambar 1.5 Gambar Screenshoot Review Pengguna Aplikasi Livin by Mandiri di IOS App Store (Sumber: IOS App Store)	10
Gambar 2.1 Gambar Hasil Model Penelitian (Sumber: Olahan Penulis)	42
Gambar 3.1 Tahapan Evaluasi PLS-SEM (Sumber: Putra)	52
Gambar 3.2 Gambar Model Dasar Mediasi (Sumber: hair, et. Al)	57
Gambar 3.3 Gambar Prosedur Analisis Mediasi (Sumber: hair, et. Al)	59
Gambar 4.1 Diagram Outer Loading (Sumber: Hasil Output Smart PLS 4)	68
Gambar 4.2 Gambar Model Struktural Penelitian (<i>Inner Model</i>)	73
Gambar 4.3 Prosedur Bootstrapping	85

DAFTAR TABEL

halaman

Tabel 3.1 Variabel dan Item (Sumber: Olahan Penulis)	47
Tabel 4.1 Demografi Responden (Sumber: Olahan Penulis)	56
Tabel 4.2 Karakteristik Demografi Responden.....	63
Tabel 4.3 Hasil Uji Deskriptif (Sumber: Hasil Output Smart PLS 4)	64
Tabel 4.4 Tabel Hasil Nilai Outer Loadings (Sumber: Hasil Output Smart PLS 4)	68
tabel 4.5 Tabel Hasil Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (Sumber: Hasil Output Smart PLS 4)	69
Tabel 4.6 Tabel Hasil Nilai Fornell Larcker Criterion (Sumber: Hasil Output Smart PLS 4)	70
Tabel 4.7 Tabel Hasil Nilai Cross Loadings (Sumber: Hasil Output Smart PLS 4)	71
Tabel 4.8 Tabel Hasil Nilai Reabilitas (Sumber: Hasil Output Smart PLS 4)	72
Tabel 4.9 Tabel Hasil Nilai Koefisien Determinasi (Sumber: Hasil Output Smart PLS 4)	74
Tabel 4.10 Tabel Hasil Nilai Predictive Relevance (Sumber: Hasil Output Smart PLS 4).....	75
Tabel 4.11 Tabel Hasil Nilai <i>Model Fit</i> (Sumber: Hasil Output Smart PLS 4)	75
tabel 4.12 Tabel Hasil Uji Hipotesis Langsung (<i>Direct Effect</i>) (Sumber: Hasil Output Smart PLS 4)	76
Tabel 4.13 Tabel Hasil Uji Hipotesis Tidak Langsung (<i>Indirect Effect</i>) (Sumber: Hasil Output Smart PLS 4)	76