

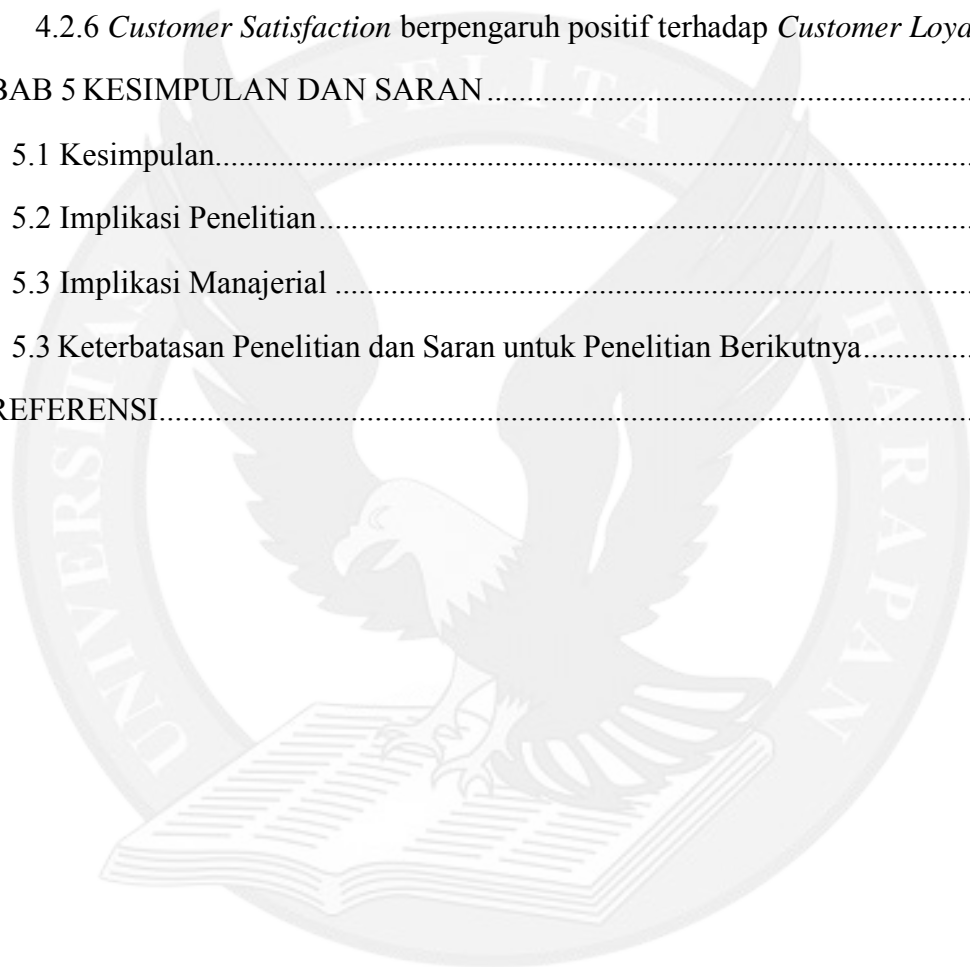
DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB 1 LATAR BELAKANG.....	1
1.1 Latar Belakang masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Sistematika Penelitian	11
BAB 2 TINJAUAN LITERATUR	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 <i>E-Service Quality</i>	13
2.1.2 Karakteristik <i>E-service Quality</i>	14
2.1.3 Dimensi <i>E-Service Quality</i>	16
2.2.1 <i>Brand Image</i>	16
2.3.1 <i>Customer Satisfaction</i>	18
2.4.1 <i>Customer Loyalty</i>	19
2.2 Penelitian Terdahulu	22

2.2.1 Pengaruh <i>Web Usability, Information Quality, Reliability, Responsiveness, Assurance, Personalization</i> terhadap <i>E-Service Quality</i>	
2.2.2 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	23
2.2.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	24
2.2.4 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	24
2.2.5 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	24
2.2.6 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	25
2.3 Model Penelitian.....	25
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Objek Penelitian	27
3.2 Unit Analisis dan Subjek Penelitian	27
3.3 Tipe Penelitian.....	28
3.4 Penentuan Variabel	29
3.4.1 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional	30
3.5 Skala Pengukuran.....	33
3.6 Populasi dan Sample	34
3.6.1 Penentuan Populasi dan Sampel.....	35
3.6.2 Metode Penarikan Sampel.....	36
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.8 Pengujian Instrumen Penelitian.....	37
3.8.1 Uji Statistik Deskriptif.....	39
3.8.2 Statistik Inferensial.....	38
3.9 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	39
3.9.1 Uji Reliabilitas.....	39
3.9.2 Pengujian Validitas	40
3.9.3 <i>Discriminant Validity</i>	40
3.10 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Inner Model</i>)	40

3.10.1 <i>R-Square</i>	41
3.10.2 Uji Collinearity.....	41
3.10.3 Uji Hipotesis.....	41
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Hasil penelitian.....	43
4.1.1 Profile responden.....	43
4.1.2 Analisis Statistik Deskriptif	49
4.1.2.1 Analisis Statistik Deskriptif <i>Web Usability</i>	50
4.1.2.2 Analisis Statistik Deskriptif <i>Information Quality</i>	51
4.1.2.3 Analisis Statistik Deskriptif <i>Responsiveness</i>	52
4.1.2.4 Analisis Statistik Deskriptif <i>Reliability</i>	52
4.1.2.5 Analisis Statistik Deskriptif <i>Assurance</i>	53
4.1.2.6 Analisis Statistik Deskriptif <i>Personalization</i>	54
4.1.2.7 Analisis Statistik Deskriptif <i>E-Service Quality</i>	55
4.1.2.8 Analisis Statistik Deskriptif <i>Brand Image</i>	56
4.1.2.9 Analisis Statistik Deskriptif <i>Customer Satisfaction</i>	57
4.1.2.10 Analisis Statistik Deskriptif <i>Customer Loyalty</i>	57
4.1.3 Analisis Statistik Inferensial.....	59
4.1.3.1 <i>Outer Model</i>	59
4.1.3.1.1 Indikator Reliabilitas	60
4.1.3.1.2 <i>Construct Reliability</i>	62
4.1.3.1.3 <i>Construct Validity</i>	63
4.1.3.1.4 <i>Discriminant Validity</i>	65
4.1.3.2 <i>Inner Model</i>	66
4.1.3.2.1 Multikolinearitas	66
4.1.3.2.2 Uji Koefisien Determinan (R ²).....	67
4.1.3.2.3 Pengujian Hipotesis.....	69

4.2 Pembahasan.....	74
4.2.1 <i>Web Usability, Information Quality, Reliability, Responsiveness, Assurance, Personalization</i> berpengaruh positif terhadap <i>E-Service Quality</i>	75
4.2.2 <i>E-Service Quality</i> berpengaruh positif terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	76
4.2.3 <i>Brand Image</i> berpengaruh positif terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	77
4.2.4 <i>E-Service Quality</i> berpengaruh positif terhadap <i>Customer Loyalty</i>	77
4.2.5 <i>Brand Image</i> berpengaruh positif terhadap <i>Customer Loyalty</i>	78
4.2.6 <i>Customer Satisfaction</i> berpengaruh positif terhadap <i>Customer Loyalty</i>	78
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	80
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Implikasi Penelitian.....	81
5.3 Implikasi Manajerial	84
5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran untuk Penelitian Berikutnya.....	83
REFERENSI.....	85



DAFTAR TABEL

TABEL 3.1 Variabel, definisi konseptual, definisi operasional, sumber	30
TABEL 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
TABEL 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	44
TABEL 4.3 Profil Responden Berdasarkan Domisili	45
TABEL 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	45
TABEL 4.5 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	46
TABEL 4.6 Profil Responden Berdasarkan Lama Penggunaan.....	47
TABEL 4.7 Profil Responden Berdasarkan Banyak Penggunaan (6 bulan terakhir).....	47
TABEL 4.8 Profil Responden Berdasarkan Jenis Transaksi.....	48
TABEL 4.9 Kategori Interval Skala Likert.....	49
TABEL 4.10 DISTRIBUSI NILAI <i>MEAN WEB USABILITY</i>	50
TABEL 4.11 DISTRIBUSI NILAI <i>MEAN INFORMATION QUALITY</i>	51
TABEL 4.12 DISTRIBUSI NILAI <i>MEAN RESPONSIVENESS</i>	52
TABEL 4.13 DISTRIBUSI NILAI <i>MEAN RELIABILITY</i>	53
TABEL 4.14 DISTRIBUSI NILAI <i>MEAN ASSURANCE</i>	53
TABEL 4.15 DISTRIBUSI NILAI <i>MEAN PERSONALIZATION</i>	54
TABEL 4.16 DISTRIBUSI NILAI <i>MEAN E-SERVICE QUALITY</i>	55
TABEL 4.17 DISTRIBUSI NILAI <i>MEAN BRAND IMAGE</i>	56
TABEL 4.18 DISTRIBUSI NILAI <i>MEAN CUSTOMER SATISFACTION</i>	57
TABEL 4.19 DISTRIBUSI NILAI <i>MEAN CUSTOMER LOYALTY</i>	58
TABEL 4.20 HASIL INDIKATOR RELIABILITAS	60
TABEL 4.21 <i>CONSTRUCT RELIABILITAS</i>	62
TABEL 4.22 HASIL <i>CONSTRUCT VALIDITY</i>	64

TABEL 4.23 HASIL UJI <i>DISCRIMINANT VALIDITY</i>	65
TABEL 4.24 HASIL UJI MULTIKOLINEARITAS	67
TABEL 4.25 NILAI <i>R-SQUARE</i>	68
TABEL 4.26 HASIL PENGUJIAN HIPOTESIS	69



DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1 Peta Sebaran Covid-19	1
GAMBAR 2 Aplikasi Kesehatan Online	5
GAMBAR 3 <i>Traffic</i> Pengguna Aplikasi Halodoc.....	6
GAMBAR 4 <i>Framework</i> Model Penelitian	26
GAMBAR 5 Hasil Pengukuran Outer Model	60
GAMBAR 6 Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	66

