

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat dan rahmatNya, sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan. Tugas akhir dalam bentuk skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK, KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN ELEVANIA”**. Melalui penelitian ini dapat diselesaikan tugas akhir dalam bentuk skripsi sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Universitas Pelita Harapan, Tangerang.

Ucapan banyak terimakasih juga peneliti ucapkan kepada Ibu Isana S.C. Meranga, S.p., M.M. selaku dosen pembimbing peneliti yang telah selalu sabar menghadapi peneliti dan memberikan sungguh banyak masukan, ide, kritik dan juga waktu dalam guna menyelesaikan tugas akhir dalam bentuk skripsi peneliti.

Dukungan moral dan materil juga banyak didapatkan oleh peneliti dari berbagai pihak dalam rangka menyelesaikan tugas akhir dalam bentuk skripsi ini. Oleh karena itu peneliti mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Ibu Gracia Shinta S. Ugut, M.B.A., Ph.D. selaku Dekan Ekonomi di Universitas Pelita Harapan.
2. Ibu Isana S.C. Meranga, S.p., M.M. selaku ketua program studi Manajemen di Universitas Pelita Harapan dan sebagai Dosen Pembimbing Skripsi saya.
3. Bapak Dr. Ir. Evo Sampetua Hariandja, M.M. selaku ketua konsentrasi marketing di Universitas Pelita Harapan.
4. Bapak Danet Arya Patria, S.E., M.B.A. selaku pembimbing akademik saya di Universitas Pelita Harapan.

5. Seluruh dosen, staf tata usaha, dan staf pengajar di Universitas Pelita Harapan yang berkontribusi dalam memberikan ilmu, wawasan, pengalaman, dan saran yang sungguh bermanfaat bagi peneliti selama menyelesaikan studi di Universitas Pelita Harapan.
6. Orang tua, kembaran saya Inga, adik saya Gabriel, beserta keluarga besar peneliti yang tidak dapat peneliti sebutkan satu – persatu yang tidak berhenti mendukung, mendoakan, dan memberi motivasi kepada peneliti selama menyelesaikan program studi dan skripsi di Universitas Pelita Harapan.
7. Kepada kekasih peneliti Juan Raja Romero, sahabat peneliti Natania yang selalu setia menemani dan mengisi hari – hari peneliti dalam masa perkuliahan dan menyelesaikan skripsi ini.
8. Semua pihak yang berkontribusi dan telah membantu peneliti selama masa perkuliahan dan penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu

Peneliti pun menyadari bahwa masih sungguh banyak kekurangan dalam Skripsi ini. Sehingga peneliti sangat terbuka dalam menerima segala bentuk kritik, saran dan masukan yang bersifat objektif dan membangun sehingga dapat bermanfaat dalam rangka memberikan wawasan yang lebih luas untuk peneliti. Atas ini peneliti mengucapkan banyak terima kasih atas perhatiannya.

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.1.1. Pendahuluan	1
1.1.2. Perkembangan <i>E- Commerce</i>	2
1.1.3. Perkembangan <i>E – Commerce</i> Elevania	3
1.1.4. Meningkatnya <i>E – Commerce</i> Elevania	5
1.1.5. Mengalami penurunan terhadap <i>E – Commerce</i> Elevania	8
1.2 Rumusan Masalah	17
1.3 Tujuan Penelitian	17
1.4 Pembatasan Penelitian	18
1.5 Manfaat Penelitian	18
1.6 Sistematika Penelitian	19
BAB II	20
KAJIAN TEORI	20
2.1 TAM (<i>Technology Acceptance Model</i>)	20
2.2 Kualitas Produk	23
2.2 Persepsi Harga	28
2.2.1 Faktor – Faktor dalam Menentukan Kebijakan Penetapan Harga	29
2.2.2 Metode Penetapan Harga	30
2.2.3 Hubungan Persepsi Harga dengan Keputusan Pembelian	32
2.3 Citra Merek	33
2.4 Kepuasan Pelanggan	43
2.5 Loyalitas Pelanggan	44
2.6 Hubungan Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan	47

2.7	Hubungan Persepsi Harga dan Kepuasan Pelanggan	48
2.8	Hubungan Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan.....	48
2.9	Hubungan Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan.....	48
2.10	Model Konseptual	50
BAB III.....		52
METODE PENELITIAN		52
3.1	Paradigma Penelitian.....	52
3.2	Desain Penelitian.....	55
3.3	Objek dan Subjek Penelitian	56
3.4	Unit Analisis	57
3.5	Pengukuran Variabel.....	58
3.6	Populasi dan Sampel.....	59
3.6.1	Populasi.....	59
3.6.2	Sampel.....	59
3.7	Teknik Pengambilan Sampel	61
3.8	Skala Pengukuran.....	65
3.9	Teknik Pengumpulan Data	66
3.10	<i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	67
3.11	Partial Least Square (PLS)	69
3.12	Goodness Of Data	70
3.12.1	Validitas	70
3.12.2	Reabilitas	71
3.13	Preliminary Test.....	72
BAB IV		73
HASIL DAN PEMBAHASAN		73
4.1.	Hasil Uji Studi Pendahuluan.....	73
4.1.1	Uji Reliabilitas Studi Pendahuluan	73
4.1.2	Uji Validitas Studi Pendahuluan	74
4.2	Hasil Penelitian Aktual	77
4.2.1	Profil Responden.....	77
4.2.2	Statistik Deskriptif	79
4.2.1	Hasil Uji Penelitian Aktual	81
4.3	Pembahasan.....	87
BAB V.....		92
HASIL DAN PEMBAHASAN		92

5.1	Kesimpulan	92
5.2	Implikasi Manajerial.....	93
5.3	Implikasi Teoritis	95
5.4	Keterbatasan Penelitian.....	95
5.5	Saran.....	96
	DAFTAR PUSTAKA	97
	LAMPIRAN.....	109



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Pendapatan PT. XL. Axiata,Tbk Tahun 2013 – 2016	10
Tabel 1. 2 Daftar Keluhan Pelanggan Elevationia	11
Tabel 3. 1 Perbedaan Penelitian Kuantitatif dan Penelitian Kualitatif	53
Tabel 3. 2 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional	62
Tabel 3. 3 Skala likert	65
Tabel 4. 1 Uji Reliabilitas Studi Pendahuluan dengan Cronbach's Alpha	73
Tabel 4. 2 Uji Reliabilitas Studi Pendahuluan dengan Composite Reliability	74
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Studi Pendahuluan dengan AVE.....	75
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Studi Pendahuluan dengan Outer Loading	75
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Diskriminan Studi Pendahuluan	77
Tabel 4. 6 Profil Responden.....	78
Tabel 4. 7 Hasil Pengujian Statistik Deskriptif Penelitian Aktual.....	79
Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas Penelitian Aktual dengan Cronbach's Alpha	81
Tabel 4. 9 Uji Reliabilitas Penelitian Aktual dengan Composite Reliability	82
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Penelitian Aktual dengan AVE.....	82
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Penelitian Aktual dengan Outer Loading.....	83
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Diskriminan Penelitian Aktual.....	84
Tabel 4. 13 Hasil Uji Model Struktural (Hipotesis).....	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan dan Prediksi Penjualan E-Commerce di Indonesia.....	3
Gambar 1. 2 Cara Bertransaksi Menggunakan Elevation	7
Gambar 1. 3 Jumlah Investasi Ventura PT. XL. Axiata, Tbk pada PT. XL Planet Tahun 2014 – 2017.....	9
Gambar 2. 1 Model TAM	23
Gambar 2. 2 Model Konseptual Pemrosesan kognitif dari Informasi Harga.....	28
Gambar 2. 3 Model Konseptual	51
Gambar 4. 1 Model Pengukuran dan Model.....	87

