

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.4.1 Manfaat Teoretis	13
1.4.2 Manfaat Praktis	14
1.5 Sistematika Penulisan	14

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 <i>Social Identity Theory (SIT)</i>	16
2.2 <i>Consumer Behavior</i>	19
2.3 Konsep Konstruk.....	21
2.3.1 <i>Perceived Quality</i>	21
2.3.2 <i>Value for Money</i>	24
2.3.3 <i>Switching Cost</i>	26
2.3.4 <i>Customer Satisfaction</i>	29
2.3.4.1 <i>Passenger Satisfaction</i>	33
2.3.5 <i>Customer Loyalty</i>	33
2.3.5.1 <i>Passenger Loyalty</i>	36
2.4 Pengembangan Hipotesis	39
2.4.1 Hubungan antara <i>Perceived Quality</i> dan <i>Passenger Satisfaction</i>	39
2.4.2 Hubungan antara <i>Value for Money</i> dan <i>Passenger Satisfaction</i>	40
2.4.3 Hubungan antara <i>Switching Cost</i> dan <i>Passenger Loyalty</i>	41
2.4.4 Hubungan antara <i>Perceived Quality</i> , <i>Value for Money</i> , dan <i>Passenger Loyalty</i> dengan <i>Passenger Satisfaction</i> sebagai Variabel Mediasi	41
2.5 Model Penelitian	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	44
3.1 Objek dan Subjek Penelitian.....	44
3.2 Jenis Penelitian.....	44
3.3 Operasionalisasi Variabel Penelitian	45
3.4 Populasi dan Sampel	49
3.4.1 Populasi.....	49

3.4.2 Sampel.....	50
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	51
3.6 Skala Pengukuran.....	52
3.7 Metode Analisis Data.....	53
3.7.1 Statistik Deskriptif	53
3.7.2 Statistik Inferensial	55
3.7.2.1 Pengujian <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran).....	55
3.7.2.2 Pengujian <i>Inner Model</i> (Model Struktural).....	58
3.7.2.3 Analisis Hubungan Mediasi	60
3.7.2.4 <i>Importance-Performance Map Analysis (IPMA)</i>	62
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN.....	65
4.1 Profil Demografi Responden	65
4.1.1 Jenis Kelamin.....	65
4.1.2 Rentang Usia	66
4.1.3 Kota Domisili.....	67
4.1.4 Tingkat Pendidikan	69
4.1.5 Pekerjaan.....	70
4.2 Profil Perilaku Responden	72
4.2.1 Lama Penggunaan Layanan GoCar.....	72
4.2.2 Frekuensi Penggunaan Layanan dalam Enam Bulan Terakhir	73
4.3 Analisis Deskriptif	74
4.3.1 <i>Perceived Quality</i>	75
4.3.2 <i>Value for Money</i>	77

4.3.3 <i>Switching Cost</i>	78
4.3.4 <i>Passenger Satisfaction</i>	80
4.3.5 <i>Passenger Loyalty</i>	82
4.4 Analisis Inferensial	83
4.4.1 <i>Outer Model</i>	84
4.4.1.1 <i>Internal Consistency Reliability</i>	85
4.4.1.2 <i>Convergent Validity</i>	86
4.4.1.3 <i>Discriminant Validity</i>	87
4.4.2 <i>Inner Model</i>	89
4.4.2.1 <i>Collinearity Assessment (VIF)</i>	90
4.4.2.2 <i>Coefficient of Determination (R-Square)</i>	91
4.4.2.3 <i>Effect Size (F-Square)</i>	92
4.4.2.4 <i>Predictive Relevance (Q-Square)</i>	92
4.4.2.5 Uji Hipotesis	93
4.4.2.5.1 Uji Hipotesis Pengaruh Langsung (Uji Signifikansi)	94
4.4.2.5.2 Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung (Uji Mediasi).....	97
4.4.3 <i>IPMA (Importance-Performance Map Analysis)</i>	100
4.4.4 Pembahasan Model Keseluruhan.....	103
BAB V KESIMPULAN	105
5.1 Kesimpulan.....	105
5.2 Implikasi Manajerial	107
5.3 Keterbatasan dan Saran Penelitian Berikutnya	108
DAFTAR PUSTAKA	110



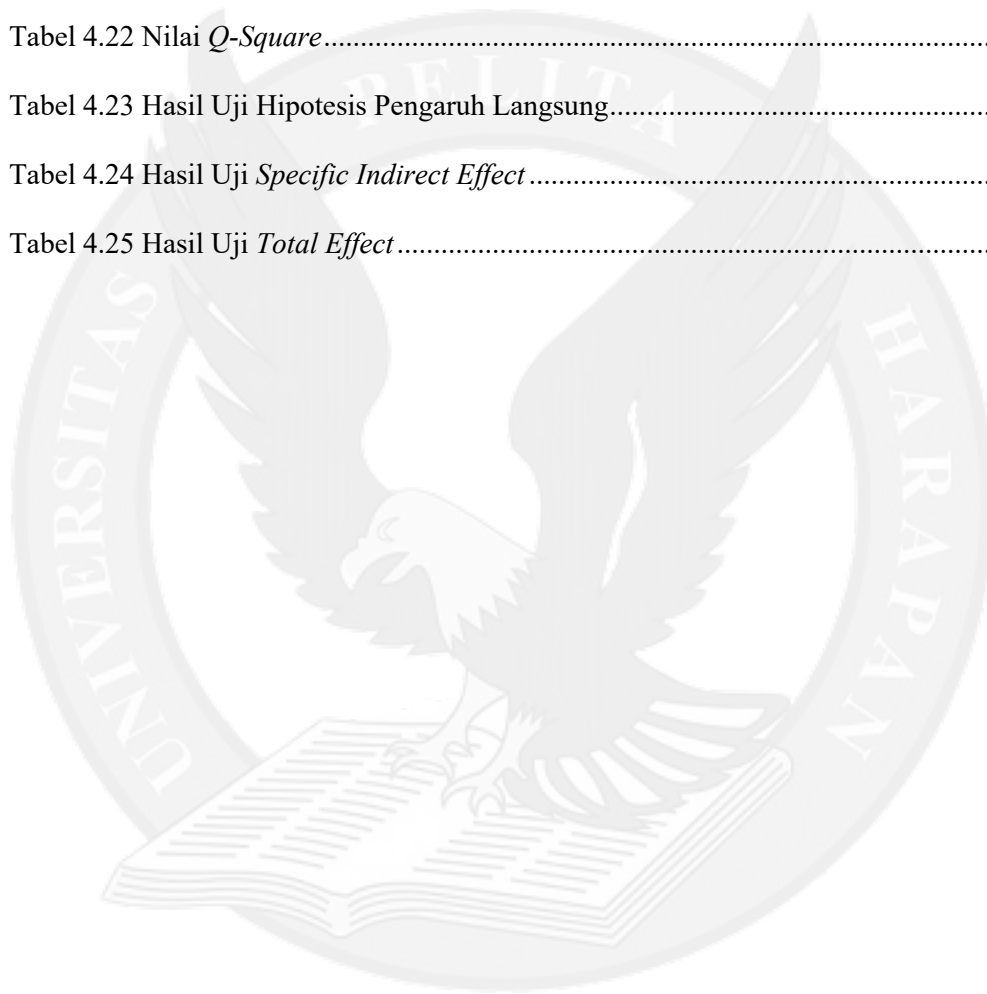
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1: Proyeksi <i>Revenue Industri Ride-Hailing</i> Amerika Serikat	3
Gambar 1.2: Protes Sopir Taksi Konvensional terhadap Layanan Taksi <i>Online</i>	4
Gambar 1.3: Pangsa Pasar <i>Revenue Ride-Sharing</i> Mobil di Indonesia (Periode Mar 2020 – Feb 2022).....	7
Gambar 2.1: Kerangka Teoritis <i>Social Identity Theory</i>	17
Gambar 2.2: Iklan Menyambut Kemerdekaan Gojek	19
Gambar 2.3: Tipologi Persepsi Konsumen terhadap <i>Switching Costs</i>	27
Gambar 2.4: <i>Expectancy-Disconfirmation</i> Model	31
Gambar 2.5: Model Kano.....	32
Gambar 2.6: Hubungan antara <i>Satisfaction</i> dengan <i>Loyalty</i>	35
Gambar 2.7: Kerangka Konseptual	43
Gambar 3.1: Hasil Perhitungan Ukuran Sampel Minimum dengan <i>Power Analysis</i>	51
Gambar 3.2: Model Jalur <i>PLS-SEM</i>	55
Gambar 3.3: <i>Mediation Analysis Procedure</i>	62
Gambar 3.4: <i>Importance-Performance Grid</i>	64
Gambar 4.1: Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
Gambar 4.2: Profil Responden Berdasarkan Rentang Usia	67
Gambar 4.3: Profil Responden Berdasarkan Kota Domisili	69
Gambar 4.4: Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	70
Gambar 4.5: Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	71
Gambar 4.6: Profil Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Layanan GoCar.....	72
Gambar 4.7: Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Layanan GoCar dalam Enam Bulan Terakhir	74
Gambar 4.8: Hasil Uji <i>Outer Model</i>	84
Gambar 4.9: Hasil Uji <i>Inner Model</i>	90
Gambar 4.10: <i>Importance-Performance Map Analysis</i> Variabel	101
Gambar 4.11: <i>Importance-Performance Map Analysis</i> Indikator	102
Gambar 4.12: Model Keseluruhan	104

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Evaluasi <i>Customer Satisfaction</i> Melalui Perbandingan Ekspektasi dan Performa	21
Tabel 3.1 Definisi Konseptual dan Operasional	46
Tabel 3.2 Skala Likert dalam Konteks <i>Level of Agreement</i>	52
Tabel 3.3 Interval Skala Likert dalam Konteks <i>Level of Agreement</i>	54
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Rentang Usia.....	67
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Kota Domisili.....	68
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	70
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	71
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Layanan GoCar	72
Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Layanan GoCar dalam Enam Bulan Terakhir.....	73
Tabel 4.8 Interval Skala Likert dalam Konteks <i>Level of Agreement</i>	75
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Quality</i>	75
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel <i>Value for Money</i>	77
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel <i>Switching Cost</i>	78
Tabel 4.12 Statistik Deskriptif Variabel <i>Passenger Satisfaction</i>	80
Tabel 4.13 Statistik Deskriptif Variabel <i>Passenger Loyalty</i>	82
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>Internal Consistency Reliability</i>	85
Tabel 4.15 Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	86
Tabel 4.16 Nilai <i>Outer Loading</i>	86

Tabel 4.17 Hasil Uji <i>Heterotrait-Monotrait (HTMT)</i>	88
Tabel 4.18 Nilai <i>Cross-Loading</i>	88
Tabel 4.19 Nilai <i>Variance Inflation Factor (VIF)</i>	90
Tabel 4.20 Nilai <i>R-Square</i>	91
Tabel 4.21 Nilai <i>F-Square</i>	92
Tabel 4.22 Nilai <i>Q-Square</i>	93
Tabel 4.23 Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Langsung.....	94
Tabel 4.24 Hasil Uji <i>Specific Indirect Effect</i>	97
Tabel 4.25 Hasil Uji <i>Total Effect</i>	97



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A <i>Outer Model</i>	A
Lampiran B <i>Inner Model</i>	B
Lampiran C Kuesioner Tesis.....	C
Lampiran D Hasil Jawaban Kuesioner.....	H
Lampiran E Hasil Uji <i>Turnitin</i>	P

