

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran objek penelitian	1
1.2 Latar Belakang	2
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Pertanyaan Penelitian	10
1.5 Tujuan Penelitian	11
1.6 Manfaat Penelitian	12
1.6.1 Manfaat Akademis	12
1.6.2 Manfaat Praktis.....	12
1.7 Ruang Lingkup Penelitian.....	13
1.7.1 Variabel Penelitian	13
1.7.2 Lokasi dan Objek Penelitian.....	13
1.7.3 Waktu dan Periode Penelitian	13
1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Teori-teori terkait dan penelitian terdahulu.....	15
2.1.1 Mobile Apps	15
2.1.2 <i>e-Service Quality</i>	15
2.1.3.1 Komponen-Komponen <i>e-Service Quality</i>	16
2.1.3 <i>Customer Satisfaction</i>	18
2.1.4 <i>Customer Loyalty</i>	18
2.2 Penelitian Terdahulu	19
Jurnal 1	19

Jurnal 2	19
Jurnal 3	20
Jurnal 4	20
Jurnal 5	21
Jurnal 6	21
2.3 Hipotesis.....	22
2.4 Kerangka Pemikiran.....	26
BAB III Metode Penelitian	28
3.1 Karakteristik Penelitian.....	28
3.2 Alat Pengumpulan Data	29
3.2.1 Jenis Variabel	29
3.2.2 Operasional Variabel.....	29
3.2.3 Skala Pengukuran	32
3.3 Tahapan Penelitian.....	32
3.4 Populasi dan Sampel	34
3.4.1 Populasi	34
3.4.2 Sampel.....	35
3.5 Pengumpulan dan Sumber data.....	36
3.6 Validitas dan Reliabilitas	36
3.6.1 Uji Validitas	36
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	37
3.6.3 <i>Goodness-of-fit</i>	37
3.7 Teknik Analisis Data.....	38
3.7.1 <i>Structural equation model</i>	39
3.7.2 Pengujian Hipotesis	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Karakteristik Responden	43
4.1.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
4.1.2 Karakteristik Berdasarkan Usia	44
4.1.3 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	44
4.1.4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	45
4.1.5 Pendapatan atau Uang Saku Bulanan	46

4.1.6	Karakteristik Berdasarkan Terakhir Berlangganan Spotify Premium....	46
4.1.7	Karakteristik Berdasarkan Lama Periode Berlangganan Spotify Premium 47	
4.2.1	Uji Validitas dan Uji Reabilitas.....	47
4.2.2	Penilaian Kecocokan Model (Goodness of Fit)	50
4.2.3	Uji Hipotesis.....	53
4.2.4	Perhitungan Efek Dekomposisi	56
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian	58
4.3.1	H1 : Interface Design berpengaruh positif dan signifikan terhadap Customer Satisfaction.....	58
4.3.2	H2 : Reliability berpengaruh positif dan signifikan terhadap Customer Satisfaction.	58
4.3.3	H3 : <i>Responsiveness</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	59
4.3.4	H4 : <i>Trust</i> berpengaruh terhadap positif dan signifikan <i>Customer</i> <i>Satisfaction</i>	59
4.3.5	H5 : <i>Personalization</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	59
4.3.6	H6 : Customer Satisfaction berpengaruh terhadap Customer loyalty. 60	
4.3.7	H7 : <i>Interface Design</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	60
4.3.8	H8 : Reliability berpengaruh positif dan signifikan terhadap Customer Loyalty melalui Customer Satisfaction.	61
4.3.9	H9 : Responsiveness berpengaruh positif dan signifikan terhadap Customer Loyalty melalui Customer Satisfaction.....	61
4.3.10	H10 : <i>Trust</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Customer</i> <i>Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	61
4.3.11	H11 : <i>Personalization</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		63
5.1	Kesimpulan	63
5.2	Saran.....	64
5.2.1	Saran Praktis	64
5.2.2	Saran Teoritis	65
Daftar Pustaka		67