

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	II
HALAMAN PERNYATAAN.....	III
KATA PENGANTAR	IV
ABSTRAK	VI
ABSTRACT	VII
DAFTAR ISI	VIII
DAFTAR TABEL	XII
DAFTAR GAMBAR	XIII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	1
1.1.1 <i>Online Travel Agent</i>	1
1.1.2 <i>Traveloka</i>	2
1.2 LATAR BELAKANG PENELITIAN	3
1.3 PERUMUSAN MASALAH.....	21
1.4 PERTANYAAN PENELITIAN	23
1.5 TUJUAN PENELITIAN.....	23
1.6 MANFAAT PENELITIAN.....	25
1.6.1 <i>Aspek Akademis</i>	25
1.6.2 <i>Aspek Praktis</i>	25
1.7 SISTEMATIKA PENULISAN TUGAS AKHIR	26
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	27
2.1 KAJIAN TEORI.....	27
2.1.1 <i>Marketing</i>	27
2.1.2 <i>Digital Marketing</i>	28
2.1.3 <i>Perceived Ease of Use</i>	28

2.1.4 <i>Service Quality</i>	30
2.1.5 <i>Brand Image</i>	31
2.1.6 <i>Customer Satisfaction</i>	33
2.1.7 <i>Customer Loyalty</i>	34
2.2 PENELITIAN TERDAHULU.....	35
2.3 KERANGKA PEMIKIRAN	70
2.4 HIPOTESIS PENELITIAN	76
2.4.1 Hubungan antara <i>Service Quality</i> terhadap <i>Brand Image</i>	76
2.4.2 Hubungan antara <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	77
2.4.3 Hubungan antara <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	78
2.4.4 Hubungan antara <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	78
2.4.5 Hubungan antara <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	79
2.4.6 Hubungan antara <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> ..	79
2.4.7 Hubungan antara <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	
.....	80
2.4.8 Hubungan antara <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> yang dimediasi oleh <i>Customer Satisfaction</i>	81
2.4.9 Hubungan antara <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> yang dimediasi oleh <i>Customer Satisfaction</i>	81
2.4.10 Hubungan antara <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> yang dimediasi oleh <i>Brand Image</i>	82
BAB III METODE PENELITIAN	84
3.1 JENIS PENELITIAN.....	84
3.2 OPERASIONALISASI VARIABEL	85
3.3 TAHAPAN PENELITIAN	92
3.4 POPULASI & SAMPEL	92
3.4.1 Populasi.....	92
3.4.2 Sampel	93
3.4.3 Teknik Sampling.....	94
3.5 PENGUMPULAN DATA DAN SUMBER DATA	95

3.5.1 Jenis Data	95
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	95
3.6 UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS	97
3.6.1 <i>Uji Validitas</i>	97
3.6.2 <i>Uji Reliabilitas</i>	99
3.7 TEKNIK ANALISIS DATA.....	100
3.7.1 <i>Analisis Deskriptif</i>	100
3.7.2 <i>Structural Equation Modeling (SEM) - Partial Least Square (PLS)</i> ..	102
3.8 UJI FIT (<i>GOODNES OF FIT</i>)	106
3.9 UJI HIPOTESIS.....	106
3.10 UJI VARIABEL MEDIASI	107
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	108
4.1 KARAKTERISTIK RESPONDEN	108
4.1.1 <i>Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin</i>	108
4.1.2 <i>Karakteristik Responden Berdasarkan Asal kepulauan</i>	109
4.1.3 <i>Karakteristik Responden Berdasarkan Usia</i>	110
4.1.4 <i>Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan</i>	111
4.1.5 <i>Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan perbulan</i>	112
4.2 ANALISIS DESKRIPTIF.....	113
4.2.1 <i>Deskripsi Variabel Perceived Ease Of Use</i>	114
4.2.2 <i>Deskripsi Variabel Service Quality</i>	115
4.2.3 <i>Deskripsi Variabel Brand Image</i>	117
4.2.4 <i>Deskripsi Variabel Customer Satisfaction</i>	118
4.2.5 <i>Deskripsi Variabel Customer Loyalty</i>	120
4.3 HASIL PENELITIAN SEM.....	121
4.3.1 <i>Evaluasi Outer Model</i>	123
4.3.2 <i>Evaluasi Inner Model</i>	128
4.3.3 <i>Uji Fit (Goodnes of Fit)</i>	133
4.3.4 <i>Uji Hipotesis</i>	134
4.4 PEMBAHASAN.....	142

4.4.1 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap Brand Image	142
4.4.2 Pengaruh Service Quality terhadap Customer Satisfaction	143
4.4.3 Pengaruh Service Quality terhadap Customer Loyalty.....	144
4.4.4 Pengaruh Brand Image terhadap Customer Satisfaction	145
4.4.5 Pengaruh Brand Image terhadap Customer Loyalty.....	146
4.4.6 Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty	147
4.4.7 Pengaruh Perceived Ease of Use terhadap Customer Satisfaction ...	148
4.4.8 Pengaruh Perceived Ease of Use terhadap Customer Loyalty Dimediasi Customer Satisfaction.....	149
4.4.9 Pengaruh Service Quality terhadap Customer Loyalty Dimediasi Customer Satisfaction.....	150
4.4.10 Pengaruh Service Quality terhadap Customer Loyalty Dimediasi Brand Image.....	151
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	153
5.1 KESIMPULAN	153
5.2 SARAN.....	156
5.2.1 Saran Teoritis	156
5.2.2 Saran Praktis	157
DAFTAR PUSTAKA.....	159
LAMPIRAN.....	169