

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	
PERNYATAAN .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
PRAKATA .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Ruang Lingkup Penelitian .....	10
1.4 Tujuan Penelitian .....	11
1.5 Manfaat Penelitian .....	11
1.6 Sistematika Penelitian .....	12
BAB II LANDASAN TEORI .....	13
2.1 Pemasaran Digital .....	13
2.2 Kualitas Pelayanan Elektronik .....	13
2.3 Diskon .....	14
2.4 Loyalitas Pelanggan .....	15
2.5 Minat Beli Ulang .....	16
2.6 Penelitian Terdahulu .....	17
2.7 Kerangka Pemikiran .....	21
2.8 Kerangka Teori .....	22
2.9 Hipotesis .....	22
BAB III METODE PENELITIAN .....	26

3.1 Jenis Penelitian .....	26
3.2 Sumber Data.....	26
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	26
3.4 Populasi dan Sampel.....	27
3.5 Variabel Penelitian .....	28
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	28
3.7 Metode Analisis Data .....	31
3.8 Pengujian Hipotesis .....	34
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>35</b>
4.1 Deskripsi Data .....	35
4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	35
4.1.2 Deskripsi Variabel Penelitian .....	37
4.2 Hasil Outer Model .....	42
4.2.1 Uji Validitas.....	42
4.2.2 Hasil Uji Discriminant Validity .....	45
4.2.3 Analisis Average Variance Extracted .....	47
4.2.4 Uji Reliabilitas .....	47
4.2.5 Pengujian Inner Model.....	48
4.2.6 Nilai R-Square dan Goodness of Fit .....	49
4.2.7 Pengujian Hipotesis.....	51
4.2.8 Pengaruh Kualitas Pelayanan Elektronik (X1) terhadap Minat Beli Ulang (Z) .....	51
4.2.9 Pengaruh Diskon (X2) terhadap Minat Beli Ulang (Z).....	52
4.2.10 Pengaruh Kualitas Pelayanan Elektronik (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) .....	52
4.2.11 Pengaruh Diskon (X) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).....	53
4.2.12 Pengaruh Minat Beli Ulang (Z) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) .....	53
4.2.13 Pengaruh Kualitas Pelayanan Elektronik terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) melalui Minat Beli Ulang (Z) .....	54
4.2.14 Pengaruh Diskon (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) melalui Minat Beli Ulang.....	54
4.3 Pembahasan.....	55

4.3.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan Elektronik terhadap Minat Beli Ulang .....	55
4.3.2	Pengaruh Diskon terhadap Minat Beli Ulang .....	55
4.3.3	Pengaruh Kualitas Pelayanan Elektronik terhadap Loyalitas Pelanggan.....	56
4.3.4	Pengaruh Diskon terhadap Loyalitas Pelanggan .....	56
4.3.5	Pengaruh Minat Beli Ulang terhadap Loyalitas Pelanggan.....	57
4.3.6	Pengaruh Kualitas Pelayanan Elektronik terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Minat Beli Ulang .....	57
4.3.7	Pengaruh Diskon terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Minat Beli Ulang.....	58
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		59
5.1	Simpulan .....	59
5.2	Saran .....	59
DAFTAR PUSTAKA .....		61

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Persaingan Layanan Pesan Antar Makanan Di Indonesia Tahun 2022.....	3
Tabel 1.2 Data pra survei tentang loyalitas pelanggan ShopeeFood .....	5
Tabel 1.3 Data pra survey tentang minat beli ulang ShopeeFood .....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3.1 Skala Pengukuran.....	27
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	29
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	35
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	36
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	36
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan .....	37
Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden Kualitas Pelayanan Elektronik (X1) .....	37
Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden Diskon (X2) .....	38
Tabel 4.8 Hasil Jawaban Responden Loyalitas Pelanggan (Y).....	39
Tabel 4.9 Hasil Jawaban Responden Minat Beli Ulang (Z).....	41
Tabel 4.10 Outer Loadings.....	43
Tabel 4.11 Outer Loadings.....	44
Tabel 4.12 Hasil Cross Loading .....	45
Tabel 4.13 Hasil Average Variance Extracted (AVE).....	47
Tabel 4.14 Hasil Cronbach's Alpha dan Composite Reliability .....	48
Tabel 4.15 Nilai R-Square.....	49
Tabel 4.16 Model Fit.....	50

Tabel 4.17 Path Coefficients .....	51
Tabel 4.18 Specific Indirect Effect .....	54

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Persaingan Marketplace Di Indonesia Tahun 2022 .....	1
Gambar 1.2 Nilai Transaksi Layanan Pesan Antar Makanan Indonesia Tahun 2022 .....	4
Gambar 1.3 Alasan Pelanggan Menggunakan ShopeeFood .....	7
Gambar 2.1 Kerangka Pikir .....	21
Gambar 2.2 Kerangka Teori.....	22
Gambar 4.1 Model Struktural.....	42
Gambar 4.2 Output calculate alghorithm .....	43
Gambar 4.3 Output calculate alghorithm .....	44
Gambar 4.4 Output bootsraping .....	49