

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	3
HALAMAN PERSETUJUAN	4
RIWAYAT HIDUP	5
PERSEMBAHAN.....	6
MOTTO	7
ABSTRAK	8
ABSTRACK	9
PRAKATA.....	10
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR TABEL	xviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Ruang Lingkup Penelitian	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5 Manfaat Penelitian.....	12
1.6 Sistematika Penelitian	13
BAB II	14
LANDASAN TEORI.....	14
2.1 Theory of Planned Behavior.....	14
2.2 Persepsi Harga	15
2.2.1 Pengertian Persepsi harga	15
2.2.2 Bauran Persepsi Harga.....	16
2.2.3 Peranan Persepsi Harga	17
2.2.4 Tujuan Persepsi Harga	17
2.2.5 Indikator Persepsi Harga.....	18
2.3 Citra Merek.....	18
2.3.1 Pengertian Citra Merek	18
2.3.2 Fungsi Citra Merek	19

2.3.3	Komponen Citra Merek	20
2.3.4	Pengukuran Citra Merek	20
2.3.5	Indikator Citra Merek	20
2.4	Kualitas Pelayanan	21
2.4.1	Pengertian Kualitas Pelayanan.....	21
2.4.2	Dimensi Kualitas Pelayanan	22
2.4.3	Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan	22
2.4.4	Indikator Kualitas Pelayanan	24
2.5	Loyalitas Pelanggan	24
2.5.1	Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	24
2.5.2	Karakteristik Loyalitas Pelanggan	25
2.5.3	Keuntungan Loyalitas Pelanggan	27
2.5.4	Indikator Loyalitas Pelanggan	28
2.6	Penelitian Terdahulu.....	29
2.7	Kerangka Pemikiran	32
2.8	Kerangka Konseptual	34
2.9	Pengembangan Hipotesis.....	34
2.9.1	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Loyalitas Konsumen	34
2.9.2	Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan	35
2.9.3	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	35
2.9.4	Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan	36
BAB III.....		37
METODE PENELITIAN		37
3.1.	Jenis Penelitian	37
3.2.	Sumber Data	37
3.3.	Metode Pengumpulan Data	37
3.4.	Populasi Dan Sampel.....	38
3.4.1.	Populasi.....	38
3.4.2.	Sampel.....	38
3.5.	Variabel Penelitian	39
3.6.	Definisi Operasional.....	40

3.7.	Uji Persyaratan Instrumen Penelitian	41
3.7.1	Uji Validitas.....	Error! Bookmark not defined.
3.7.2	Uji Reliabilitas	42
3.8	Uji Persyaratan Analisis Data.....	43
3.8.1	Uji Normalitas Sampel.....	43
3.8.2	Uji Linieritas	43
3.8.3	Uji Multikolinier	44
3.9	Metode Analisis Data	44
3.9.1	Analisis Regresi Linier Berganda	44
3.10	Uji Hipotesis.....	45
3.10.1	Uji Parsial (Uji-t).....	45
3.10.2	Uji F (Simultan)	46
BAB IV		47
HASIL DAN PEMBAHASAN		47
4.1	Deskripsi Data	47
4.1.1	Deskripsi Karakteristik Responden	47
4.2	Hasil Uji Prasyarat Instrumen	56
4.2.1	Hasil Uji Validitas	56
4.2.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	57
4.3	Hasil Uji Prasyarat Analisis Data	58
4.3.1	Hasil Uji Normalitas	58
4.3.2	Hasil Uji Linieritas.....	59
4.3.3	Hasil Uji Multikolinieritas	59
4.4	Hasil Analisis Data	60
4.4.1	Regresi Linier Berganda	60
4.4.2	Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji-t)	61
4.4.3	Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	63
4.5	Pembahasan	63
4.5.1	Pembahasan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada E-Commerce Shopee	63
4.5.2	Pembahasan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada E-Commerce Shopee	64

BAB V.....	67
SIMPULAN DAN SARAN	67
5.1 Simpulan.....	67
5.2 Saran	67
5.2.1 Bagi Perusahaan.....	67
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN.....	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna E-Commerce di Indonesia Tahun 2018-2023.....	1
Gambar 1. 2 E-commerce Terpopuler di Indonesia Tahun 2024.....	2
Gambar 1. 3 Rata-Rata Kunjungan Platform Shopee Periode Tahun 2018-2023...	3
Gambar 1. 4 Jumlah Pesanan dan Nilai Penjualan Bruto Shopee Kuartal I 2023- Kuartal III 2024.....	3
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	33
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual	34

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Alasan Responden Melakukan Pembelian Ulang di Shopee	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3. 1 Skala Likert	38
Tabel 3. 2 Kriteria Pemilihan Sampel	39
Tabel 3. 3 Definisi Operasional Variabel	40
Tabel 3. 4 Interpretasi Nilai r	43
Tabel 4. 1 Hasil Uji Frekuensi Berdasarkan Usia Responden	47
Tabel 4. 2 Hasil Uji Frekuensi Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	48
Tabel 4. 3 Hasil Uji Frekuensi Berdasarkan Banyak Pembelian Responden	48
Tabel 4. 4 Hasil Uji Frekuensi Jawaban Variabel Persepsi Harga	49
Tabel 4. 5 Hasil Uji Frekuensi Jawaban Variabel Citra Merek	50
Tabel 4. 6 Hasil Uji Frekuensi Jawaban Variabel Kualitas Pelayanan	52
Tabel 4. 7 Hasil Uji Frekuensi Jawaban Variabel Loyalitas Pelanggan	55
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel	56
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel	57
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas	58
Tabel 4. 11 Hasil Uji Linieritas	59
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinieritas	60
Tabel 4. 13 Persamaan Regresi Linier Berganda	60
Tabel 4. 14 Hasil Uji Model Summary	61
Tabel 4. 15 Hasil Uji Parsial (Uji-t)	62
Tabel 4. 16 Hasil Uji Simultan (Uji F)	63