

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ix</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Ruang Lingkup Penelitian .....	10
1.2.1 Ruang Lingkup Subjek.....	10
1.2.2 Ruang Lingkup Objek .....	10
1.2.3 Ruang Lingkup Tempat.....	10
1.2.4 Ruang Lingkup Waktu .....	10
1.3 Rumusan Masalah .....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
1.6 Sistematika Penulisan.....	12
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>13</b>
2.1 Perilaku Konsumen .....	13
2.1.1 Keputusan Pembelian Konsumen .....	16
2.1.2 Tahapan Pengambilan Keputusan .....	16
2.2 Perilaku Pasca Pembelian.....	17
2.2.1 Loyalitas Pelanggan .....	18
2.2.2 Tahapan – Tahapan Loyalitas Pelanggan.....	19
2.2.3 Indikator Loyalitas Pelanggan.....	21
2.2.4 Faktor-Faktor Penyebab Loyalitas Pelanggan .....	21
2.2.5 Dampak Loyalitas Pelanggan Bagi Perusahaan.....	22
2.3 Merek .....	22
2.4 Kepercayaan Merek.....	23
2.4.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan Merek .....	24
2.4.2 Indikator Kepercayaan Merek.....	25
2.5 Promosi.....	25

2.5.1	Bauran Promosi.....	25
2.5.2	Tujuan Promosi.....	26
2.6	Promosi Penjualan.....	26
2.6.1	Tujuan-Tujuan Promosi Penjualan.....	27
2.6.2	Indikator Promosi Penjualan.....	27
2.7	Kualitas Pelayanan.....	29
2.7.1	Karakteristik Kualitas Pelayanan.....	30
2.8	<i>E-servqual</i> .....	31
2.9	Kualitas Website.....	32
2.9.1	WebQual.....	32
2.9.2	Indikator Kualitas Website.....	32
2.10	Hubungan Kepercayaan Merek dengan Loyalitas Pelanggan.....	33
2.11	Hubungan Kualitas Website Dengan Loyalitas Pelanggan.....	34
2.12	Hubungan Promosi Penjualan Dengan Loyalitas Pelanggan.....	34
2.13	Penelitian Terdahulu.....	35
2.14	Kerangka Konseptual.....	38
2.15	Kerangka Pemikiran.....	39
2.16	Hipotesis.....	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>42</b>
3.1	Jenis Penelitian.....	42
3.2	Sumber Data.....	42
3.2.1	Data Primer.....	42
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	42
3.3.1	Penelitian Kepustakaan ( <i>Library Research</i> ).....	42
3.3.2	Penelitian Lapangan ( <i>Field Research</i> ).....	43
3.4	Populasi dan Sampel.....	44
3.4.1	Populasi.....	44
3.4.2	Sampel.....	44
3.5	Variabel Penelitian.....	45
3.6	Definisi Operasional Variabel.....	45
3.7	Uji Persyaratan Instrumen.....	46
3.7.1	Uji Validitas Instrumen.....	46
3.7.2	Uji Realibilitas Instrumen.....	47
3.8	Uji Persyaratan Analisis Data.....	48
3.8.1	Uji Normalitas.....	48
3.8.2	Uji Linieritas.....	48
3.8.4	Uji Multikolinieritas.....	49
3.8.4	Uji Autokorelasi.....	49
3.8.5	Uji Heteroskedastisitas.....	50
3.9	Metode Analisis Data.....	50
3.9.1	Metode Regresi Linier Berganda.....	50
3.10	Uji Hipotesis.....	51
3.10.1	Uji t.....	51
3.10.2	Uji F.....	52

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>54</b>
4.1 Hasil Pra Penelitian .....	54
4.2 Frekuensi Data.....	58
4.2.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	59
4.2.2 Deskripsi Hasil Jawaban variabel .....	63
4.3 Hasil Uji Persyaratan Instrumen.....	69
4.3.1 Uji Validitas Angket .....	69
4.3.2 Uji Reliabilitas Angket.....	71
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	72
4.4.1 Uji Normalitas.....	72
4.4.2 Uji Linieritas .....	72
4.4.3 Uji Multikolinieritas.....	73
4.4.4 Uji Autokorelasi .....	73
4.4.5 Uji Heteroskedastisitas.....	74
4.5 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda .....	74
4.6 Uji R <sup>2</sup> .....	75
4.7 Uji Hipotesis.....	75
4.7.1 Uji t.....	75
4.7.1.1 Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	76
4.7.1.2 Pengaruh Kualitas Website Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	76
4.7.1.3 Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	77
4.7.2 Uji f .....	78
4.7.2.1 Pengaruh Kepercayaan merek, Kualitas Website dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	78
4.8 Pembahasan.....	79
4.8.1 Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Tokopedia .....	79
4.8.2 Pengaruh Kualitas Website Terhadap Loyalitas Pelanggan Tokopedia .....	80
4.8.3 Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Tokopedia .....	81
4.8.4 Pengaruh Kepercayaan Merek, Kualitas Website dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Tokopedia.....	81
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>83</b>
5.1 Simpulan.....	83
5.2 Saran.....	84

**DAFTAR PUSTAKA**  
**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 2.1. Indikator yang akan digunakan pada variabel kualitas website .....	33
Tabel 2.2. Penelitian terdahulu.....	35
Tabel 3.1. Definisi operasional .....	45
Tabel 3.2. pengambilan keputusan uji autokorelasi .....	50
Tabel 4.1. indikator variabel kualitas website.....	54
Tabel 4 2. Indikator kualitas website yang digunakan .....	58
Tabel 4 3. karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin .....	59
Tabel 4 4. karakteristik responden berdasarkan usia .....	59
Tabel 4 5. karakteristik responden berdasarkan pekerjaan .....	60
Tabel 4 6. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir.....	60
Tabel 4 7. Karakteristik Responden berdasarkan pengeluaran per enam bulan untuk berbelanja melalui .....	61
Tabel 4 8. karakteristik responden berdasarkan jumlah belanja melalui Tokopedia dalam 6 bulan. ....	61
Tabel 4 9. karakteristik responden berdasarkan berapakah kali berbelanja melalui e-commerce lain dalam 6 bulan.....	62
Tabel 4 10. karakteristik responden berdasarkan berapa lama menggunakan Tokopedia. ....	62
Tabel 4 11. karakteristik responden berdasarkan domisili (provinsi).....	63
Tabel 4 12. deskripsi hasil jawaban kepercayaan merek .....	63
Tabel 4 13. deskripsi hasil jawaban kualitas website.....	65
Tabel 4 14. deskripsi hasil jawaban promosi penjualan.....	66
Tabel 4 15. deskripsi jawaban loyalitas pelanggan .....	68
Tabel 4 16. Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan Merek(X1). ....	70

Tabel 4 17. Hasil uji validitas variabel kualitas website .....	70
Tabel 4 18. hasil uji validitas variabel promosi penjualan (X3). .....	70
Tabel 4 19. hasil uji validitas variabel loyalitas pelanggan (Y). .....	71
Tabel 4 20. hasil uji reliabilitas variabel. ....	71
Tabel 4 21. Hasil Uji Normalitas. ....	72
Tabel 4 22. Hasil Uji Linieritas. ....	72
Tabel 4 23. Hasil Uji Multikolinieritas. ....	73
Tabel 4 24. hasil uji autokorelasi. ....	73
Tabel 4 25. hasil uji heteroskedastisitas. ....	74
Tabel 4 26. hasil pengujian regresi linier berganda. ....	74
Tabel 4 27. nilai R dan Rsquare .....	75
Tabel 4 28. Hasil Uji t. ....	76
Tabel 4 29. Hasil Uji t.....	77
Tabel 4 30. Hasil Uji t. ....	77
Tabel 4 31. Hasil Uji f.....	78

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 1.1. Data 10 e-commerce paling banyak dikunjungi Indonesia TW III tahun 2018. ....	3
Gambar 1.2. Data 10 e-commerce dengan pengunjung terbesar Kuartal III di Indonesia tahun 2019 .....	3
Gambar 3.1. Pengunjung Tokopedia pada tahun 2019 .....	44

## DAFTAR DIAGRAM

	<b>Halaman</b>
Diagram 1.1. pra survei terkait alasan menggunakan Tokopedia, 2020.....	5
Diagram 1.2. Jumlah responden yang tetap melakukan transaksi. ....	9
Diagram 4 1. hasil pra survei dimensi kegunaan .....	55
Diagram 4 2. Pra Survei Dimensi Kualitas Informasi, 2020.....	56
Diagram 4 3. pra survei dimensi kualitas interaksi pelayanan, 2020.....	57
Diagram 4 4. pra survey dimensi keseluruhan, 2020 .....	57