

DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR RUMUS</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. LatarBelakang.....	1
1.2. Identifikasi dan Pembatasan Masalah .....	5
1.2.1. Identifikasi Masalah.....	6
1.2.2. Pembatasan Masalah.....	6
1.3. Rumusan Masalah.....	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>8</b>
2.1. <i>Customer Loyalty</i> .....	8
2.1.1 Dimensi <i>Customer Loyalty</i> .....	9
2.1.2 Karakteristik Loyalitas.....	9
2.2. <i>Customer Satisfaction</i> .....	10
2.2.1. Pengukuran <i>Customer Satisfaction</i> .....	11
2.2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>Customer Satisfaction</i> .....	12
2.2.3 Dimensi <i>Customer Satisfaction</i> .....	12
2.3 <i>Customer Relationship Management</i> .....	13
2.3.1 Dimensi dan Indikator <i>Customer Relationship Management</i> ...	14
2.4 <i>After Sales Service</i> .....	16
2.4.1 Tujuan <i>After Seles Service</i> (Layanan Purna Jual).....	17

2.4.2 Unsur-Unsur <i>After-sales Service</i> .....	18
2.4.3 Dimensi <i>After Sales Service</i> .....	21
2.5. Penelitian Terdahulu.....	21
2.6. Hubungan Antar Variabel .....	27
2.6.1. Pengaruh Variabel <i>Customer Relationship Management</i> terhadap Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	27
2.6.2. Pengaruh Variabel <i>After Sales Service</i> terhadap Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	27
2.6.3 Pengaruh Variabel <i>Customer Satisfaction</i> terhadap Variabel <i>Customer Loyalty</i> .....	27
2.6.4. Pengaruh Variabel <i>Customer Relationship Management</i> terhadap Variabel <i>Customer Loyalty</i> .....	28
2.6.5 Pengaruh Variabel <i>After Sales Service</i> terhadap Variabel <i>Customer Loyalty</i> .....	28
2.6.6. Pengaruh Variabel <i>Customer Relationship Management</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> .....	28
2.6.7. Pengaruh Variabel <i>After Sales Service</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> Melalui <i>Customer Satisfaction</i> .....	28
2.1.3. Hipotesis Penelitian.....	29
2.1.4 Model Penelitian .....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>30</b>
3.1. Desain Riset.....	30
3.2. Sumber Data.....	31
3.3. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampe.....	31
3.4. Teknik Pengambilan Sampel ... ..	32
3.5 Unit Analisis .....	32
3.6. Definisi Operasional Variabel.....	33
3.7. Teknik Analisis Data.....	35
3.7.1 Uji Validitas .....	35
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	36
3.8. Analisis Jalur (Analysis Path) .....	37
3.8.1. Uji t (Uji Parsial).....	39
3.8.2. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	39

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN</b> .....	<b>40</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	40
4.1.1 Karakteristik Responden.....	40
1. Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
2. Berdasarkan Usia.....	41
3. Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	41
4. Berdasarkan Pekerjaan.....	42
5. Berdasarkan Frekuensi Pembelian Perbulan.....	43
6. faktor memutuskan untuk membeli produk di <i>E-commerce</i> Shopee.....	43
7. Membedakan <i>E-commerce</i> shopee dengan <i>E-commerce</i> Yang lain.....	43
8. Pengalaman memakai <i>E-commerce</i> Shopee.....	44
4.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	44
4.2.1 Uji Validitas.....	45
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	49
4.3 Analisis Deskriptif Penelitian.....	49
4.4. Analisis Jalur.....	56
4.4.1 Analisis Jalur Tahap I.....	56
4.4.2. Analisis Jalur Tahap II.....	58
4.4.2 Analisis Jalur Gabungan Tahap I dan II.....	60
<b>BAB V PEMBAHASAN</b> .....	<b>63</b>
5.1 Pembahasan Hasil Penelitian.....	63
5.1.1. Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	63
5.1.2. Pengaruh Variabel <i>After Sales Service</i> terhadap Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	64
5.2.3. Pengaruh Variabel <i>Customer Satisfaction</i> terhadap Variabel <i>Customer Loyalty</i> .....	65
5.1.4. Pengaruh Variabel <i>Customer Relationship Management</i> terhadap Variabel <i>Customer Loyalty</i> .....	66
5.1.5. Pengaruh Variabel <i>After Sales Service</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	66
5.1.6. Pengaruh Variabel <i>Customer Relationship Management</i> terhadap <i>Customer Loyalty Customer Satisfaction</i> .....	67
5.1.7. Pengaruh <i>After Sales Service</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> Melalui <i>Customer Satisfaction</i> .....	68

5.2. Temuan Penelitian .....	68
5.3. Keterbatasan penelitian.....	68
<b>BAB VI KESIMPULAN, SARAN.....</b>	<b>62</b>
6.1 Kesimpulan.....	62
6.2 Saran.....	63
6.3 Implikasi Penelitian .....	71
<b>DAFTAR REFERENSI .....</b>	<b>72</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>74</b>

Universitas Esa Unggul

Universitas  
**Esa Unggul**

Univers  
**Esa**

Universitas  
**Esa Unggul**

Univers  
**Esa**

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.2 Hasil <i>Pra-Survey Customer Relationship Management</i> .....	4
Tabel 1.3 Hasil <i>Pra-survey After Sales Service</i> .....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1 Instrumen skala Likert dalam penelitian.....	30
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	34
Tabel 3.3 Nilai Alpha Cronbach.....	36
Tabel 4.1 Uji Validitas.....	45
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	49
Tabel 4.3 Interpretasi Nilai Indeks.....	50
Tabel 4.4 Index <i>Customer Relationship Management</i> .....	51
Tabel 4.5 Index <i>After Sales Service</i> .....	52
Tabel 4.6 Index <i>Customer Satisfaction</i> .....	53
Tabel 4.7 Index <i>Customer Loyalty</i> .....	55
Tabel 4.8 Nilai Koefisien Regresi dan Uji t.....	56
Tabel 4.9 Hasil Uji Square ( $R^2$ ) .....	57
Tabel 4.10 Hasil Uji <i>Customer Relationship Management, After Sales Service</i> dan <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	58
Tabel 4.11 Nilai Koefisien Determinasi <i>Customer Relationship Management After Sales Service</i> dan <i>Customer Satisfaction</i> terhdap <i>Customer Loyalty</i> .....	59
Tabel 4.12 Hasil Perhitungan Pengaruh .....	62

**DAFTAR GAMBAR**

	Halaman
Gambar 1.1 Peta <i>E Commerce</i> Indonesia Data Visitor .....	2
Gambar 2.14 Model Penelitian .....	29
Gambar 3.1 Hubungan Kausal Substruktural 1.....	37
Gambar 3.2 Hubungan Kausal Substruktural Persamaan 2.....	38
Gambar 3.3 Struktur Akhir Analisis Jalur .....	38
Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Usia .....	41
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	42
Gambar 4.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	42
Gambar 4.5 Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian per 6 Bulan.....	43
Gambar 4.6 Tahap 1 Analisis Jalur.....	57
Gambar 4.7 Tahap II Analisis Jalur.....	60
Gambar 4.8 Analisis Jalur Gabungan Tahap I dan II .....	61

**DAFTAR RUMUS**

	Halaman
Rumus 3.3.....	31
Rumus 3.7.1.....	35
Rumus 3.7.2.....	36
Rumus 3.1.....	37
Rumus 3.2.....	38
Rumus 3.8.2.....	39



**DAFTAR LAMPIRAN**

	Halaman
Lampiran 1.....	74
Lampiran 2.....	76
Lampiran 3.....	81
Lampiran 4 .....	83
Lampiran 5.....	85
Lampiran 6.....	89
Lampiran 7 .....	94
Lampiran 8 .....	95
Lampiran 9.....	96