

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Loyalitas	6
2.1.2 Feedback Konsumen – Rating.....	7
2.1.3 Promosi Pemasaran – Diskon.....	8
2.1.4 Kualitas Layanan	9
2.2. Penelitian terdahulu	10
2.3 Hubungan Antar Variabel	12
2.4 Hipotesis	12
2.5 Model Penelitian.....	13

BAB III METODE PENELITIAN	14
3.1. Desain Penelitian.....	14
3.2. Lokasi dan Waktu penelitian.....	14
3.3. Metode Pengumpulan Data	14
3.4. Populasi.....	15
3.5. Sample.....	15
3.6. Analisa Data.....	15
3.6.1. Uji validitas dan Uji reliabilitas	15
3.6.1.1. Uji Validitas.....	15
3.6.1.2. Uji Reabilitas	16
3.6.2. Analisis Regresi linier berganda.....	16
3.6.3. Uji F dan Uji t.....	17
3.6.3.1 Uji F	17
3.6.3.2 Uji t	17
BAB IV HASIL.....	18
4.1. Gambaran Responden	18
4.1.1. Responden berdasarkan seberapa sering anda memesan go-food	18
4.1.2. Distribusi responden berdasarkan gender.....	19
4.1.3. Distribusi responden berdasarkan usia.....	19
4.1.4. Distribusi responden berdasarkan Pendidikan.....	20
4.1.5. Distribusi responden berdasarkan pekerjaan	20
4.2. Validitas	21
4.2.1 Uji Reabilitas	21
4.3. Uji Hipotesis.....	22
4.3.1. Analisa Deskripsi	22
4.3.2. Analisa Korelasi.....	23
4.3.3. Analisa regresi	27

4.3.4. Uji Signifikasi t	29
4.3.5. Uji Signifikasi F.....	30
4.3.6. Uji koefisien determinasi (R ²).....	31
4.3.7. Uji Variabel Dominan	31
BAB V PEMBAHASAN.....	33
5.1. Pengaruh Rating (X ₁) terhadap Loyalitas konsumen (Y)	33
5.2. Pengaruh diskon (X ₂) terhadap Loyalitas Konsumen (Y).....	34
5.3. Pengaruh kualitas layanan (X ₃) terhadap Loyalitas Konsumen (Y)	35
5.4. Pengaruh Rating(X ₁) dan Kualitas Layanan (X ₃) Secara simultan terhadap Loyalitas Konsumen (Y)	36
BAB VI PENUTUP	38
6.1. Kesimpulan	38
6.2. Saran	39
DAFTAR PUSTAKA	40