

DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
ABSTRAK	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I – PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	5
1.3. Rumusan Masalah	6
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	7
BAB II – LANDASAN TEORI	
2.1. Landasan Teori	8
2.1.1. Teori Perilaku Konsumen	8
2.1.2. Teori Loyalitas Pelanggan	12
2.1.2.1. Dimensi Loyalitas Pelanggan	13
2.1.3. Teori <i>Servicescape</i>	13
2.1.3.1. Dimensi <i>Servicescape</i>	13
2.1.4. Teori <i>E-Ticketing</i>	14
2.1.4.1. Dimensi <i>E-Ticketing</i>	14
2.1.5. Teori Kepuasan Pelanggan	15
2.1.5.1. Dimensi Kepuasan Pelanggan	16
2.2. Penelitian Terdahulu	16
2.3. Hubungan Antar Variabel	24
2.3.1. Hubungan <i>Servicescape</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	24
2.3.2. Hubungan <i>E-Ticketing</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	24
2.3.3. Hubungan <i>Servicescape</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	25
2.3.4. Hubungan <i>E-Ticketing</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	25
2.3.5. Hubungan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	25
2.3.6. Hubungan <i>Servicescape</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan	25
2.3.7. Hubungan <i>E-Ticketing</i> terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan	26

2.4. Hipotesis	26
2.5. Model Penelitian	26

BAB III – METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian	27
3.2. Jenis dan Sumber Data	27
3.2.1. Jenis Data	27
3.2.2. Sumber Data	28
3.3. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	28
3.3.1. Populasi	28
3.3.2. Sampel	28
3.3.3. Teknik Pengambilan Sampel	29
3.4. Definisi Operasional Variabel	29
3.4.1. Definisi Variabel	29
3.5. Teknik Analisis Data	33
3.5.1. Uji Instrumen Data	33
3.5.1.1. Uji Validitas	33
3.5.1.2. Uji Reabilitas	34
3.5.2. Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	35
3.5.3. Uji Parsial (t)	37
3.5.4. Koefisien Determinasi	37

BAB IV – HASIL PENELITIAN

4.1 Karakteristik Responden	38
4.1.1. Berdasarkan Jenis Kelamin	38
4.1.2. Berdasarkan Usia	38
4.1.3. Berdasarkan Pendidikan Terakhir	39
4.1.4. Berdasarkan Pekerjaan	39
4.1.5. Berdasarkan Penghasilan/bulan	40
4.1.6. Berdasarkan Frekuensi Menggunakan KRL <i>Commuterline</i> Jabodetabek	40
4.1.7. Berdasarkan Pengeluaran/bulan saat menggunakan KRL <i>Commuterline</i> Jabodetabek	41
4.2 Uji Validitas	42
4.3 Uji Reliabilitas	47
4.4 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	47
4.4.1. Analisis Jalur Tahap I	47
4.4.2. Analisis Jalur Tahap II	49
4.4.3. Analisis Jalur Gabungan Tahap I dan II	52

BAB V – PEMBAHASAN

5.1 Pembahasan Hasil Penelitian	55
5.1.1. Pengaruh <i>Servicescape</i> (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Z)	55
5.1.2. Pengaruh <i>E-Ticketing</i> (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Z)	55
5.1.3. Pengaruh <i>Servicescape</i> (X_1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	56

5.1.4. Pengaruh <i>E-Ticketing</i> (X_2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	56
5.1.5. Pengaruh Kepuasan Pelanggan (Z) dengan Loyalitas Pelanggan (Y)	56
5.1.6. Pengaruh <i>Servicescape</i> (X_1) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) melalui Kepuasan Pelanggan (Z)	57
5.1.7. Pengaruh <i>E-Ticketing</i> (X_2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) melalui Kepuasan Pelanggan (Z)	57
5.2 Temuan Penelitian	58
5.3 Keterbatasan Penelitian	58
BAB VI – PENUTUP	
6.1 Kesimpulan	59
6.2 Saran	59
6.3 Implikasi Penelitian	60
6.3.1. Implikasi Teoritis	60
6.3.2. Implikasi Praktis	60

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Penumpang KRL <i>Commuterline</i> Jabodetabek 2017-2019	2
Tabel 1.2 Keluhan Pelanggan Pengguna Jasa KRL <i>Commuterline</i> pada <i>Servicescape</i> (2019)	3
Tabel 1.3 Data Rute Perjalanan, Jarak Tempuh, Waktu Tempuh dan Harga	4
Tabel 1.4 Keluhan Pelanggan pada Transaksi Elektronik	5
Tabel 2.2 Hasil Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.3 Pengukuran Skala <i>Likert</i>	28
Tabel 3.4 Definisi Operasional Variabel	29
Tabel 3.5.1.2. Tingkat Reabilitas berdasarkan Tingkat Alpha	34
Tabel 4.1 Uji Validitas	
Tabel 4.1 Uji Validitas	42
Tabel 4.2 Uji Reliabilitas	47
Tabel 4.3 Nilai Koefisien Regresi Dan Uji t <i>Servicescape</i> dan <i>E-Ticketing</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	48
Tabel 4.4 Nilai Koefisien Determinasi <i>Servicescape</i> dan <i>E-Ticketing</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	48
Tabel 4.5 Nilai Koefisien Regresi dan Uji t <i>Servicescape</i> , <i>E-Ticketing</i> dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	50
Tabel 4.6 Nilai Koefisien Regresi dan Uji t <i>Servicescape</i> , <i>E-Ticketing</i> dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	50
Tabel 4.7 Nilai Koefisien Determinasi <i>Servicescape</i> , <i>E-Ticketing</i> dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	51
Tabel 4.8 Hasil Perhitungan Pengaruh Keseluruhan	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Transaksi <i>E-Ticketing</i> yang sering digunakan	5
Gambar 2.5 Model Penelitian	26
Gambar 3.1 Diagram Jalur Hubungan Kausal: X1, X2, Z terhadap Y	35
Gambar 3.2 Hubungan Kausal Sub struktur 1	36
Gambar 3.3 Hubungan Kausal Sub struktur 2	36
Gambar 4.1 Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Gambar 4.2 Berdasarkan Usia	38
Gambar 4.3 Berdasarkan Pendidikan Terakhir	39
Gambar 4.4 Berdasarkan Pekerjaan	39
Gambar 4.5 Berdasarkan Penghasilan/Bulan	40
Gambar 4.6 Berdasarkan Frekuensi Menggunakan KRL <i>Commuterline</i> Jabodetabek	40
Gambar 4.7 Berdasarkan Pengeluaran/Bulan Saat Menggunakan KRL <i>Commuterline</i> Jabodetabek	41
Gambar 4.8 Analisis Jalur Tahap I	49
Gambar 4.9 Analisis Jalur Tahap II	52
Gambar 4.10 Analisis Jalur Gabungan Tahap I dan II	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Quisioner	40
Lampiran 2 Tabulasi Data Karakteristik 205 Responden	68
Lampiran 3 Tabulasi Pre – Test 30 Responden	69
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas 30 Responden	71
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas 30 Responden	80
Lampiran 6 Tabulasi Data 205 Responden	81
Lampiran 7 Hasil Uji Analisis Jalur	90