

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	14
1.3 Batasan Masalah.....	15
1.4 Rumusan Masalah	16
1.5 Tujuan Penelitian.....	16
1.6 Manfaat Penelitian.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Kerangka Teori.....	18
2.1.1 Kepuasan Konsumen.....	18
2.1.1.1 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	18
2.1.1.2 Faktot- Faktor yang Mempengaruhi kepuasan konsumen.....	21
2.1.1.3 Dampak Kepuasan Konsumen	22
2.1.1.4 Indikator Kepuasan Konsumen	22
2.1.2 Kualitas Pelayanan Elektronik (<i>E-service quality</i>)	24
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	24
2.1.2.2 Pengertian <i>E-service Quality</i>	24
2.1.2.3 Indikator <i>E-Service Quality</i>	26
2.1.2.4 Prinsip-Prinsip Kualitas Pelayanan	28
2.1.3 Citra Merek.....	30
2.1.3.1 Pengertian Citra Merek.....	30
2.1.3.2 Manfaat Citra Merek	31
2.1.3.3 Indikator Citra Merek.....	32
2.2 Penelitian Terdahulu.....	34
2.3 Kerangka Berpikir	36

2.4. Hipotesis Penelitian	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	39
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	39
3.2 Populasi dan Sampel	39
3.2.1 Populasi.....	39
3.2.2 Sampel.....	41
3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	43
3.3.1 Variabel Penelitian	43
3.3.2 Definisi Operasional Variabel	43
3.4 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	45
3.4.1 Jenis Data.....	45
3.4.1.1 Data primer	45
3.4.1.2 Data sekunder	46
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	46
3.4.2.1 Wawancara (interview)	46
3.4.2.2 Studi Pustaka	46
3.4.2.3 Kuesioner.....	47
3.5 Instrumen Penelitian	48
3.5.1 Uji Kualitas Data	48
3.5.1.1 Uji Validitas	48
3.5.1.2 Uji Reliabilitas.....	49
3.6 Teknik Analisis Data	50
3.6.1 Uji Asumsi Klasik.....	50
3.6.1.1 Uji Normalitas	50
3.6.1.2 Uji Multikolinearitas	51
3.6.1.3 Uji Heteroskedasitas	51
3.6.2 Analisis Regresi Berganda.....	52
3.6.3 Uji Hipotesis.....	52
3.6.3.1 Uji Statistik t (Uji Parsial)	52
3.6.3.1 Uji Statistik F (Uji Parsial)	52
3.6.3.2 Uji Statistik F (Uji Simultan)	53
3.6.3.3 Uji Koefisien Determinan (R^2).....	54

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Hasil Penelitian.....	55
4.1.1 Sejarah Singkat Shopee.....	55
4.1.2 Visi Dan Misi Shopee	56
4.1.3 Struktur Organisasi.....	58
4.2 Pembahasan Penelitian	58
4.2.1 Identifikasi Responden.....	58
4.2.1.1 Sampel Berdasarkan Jenis Kelamin	59
4.2.1.2 Sampel Berdasarkan Usia.....	59
4.3 Analisis Data Penelitian	60
4.3.1 Uji Validitas Dan Reabilitas	60
4.3.1.1 Uji Validitas Dan Reabilitas Variabel Kualitas Pelayanan Elektronik (X_1).....	60
Status Validitas Variabel Kualitas Pelayanan Elektronik (X_1).....	60
4.3.1.2 Uji Validitas Dan Reabilitas Variabel Citra Merek (X_2).....	62
4.3.1.3 Uji Validitas Dan Reabilitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y) 63	
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	64
4.3.2.1 Uji Normalitas Data.....	64
4.3.2.2 Uji Multikolinearitas	67
<i>Sumber: Kuisisioner yang telah diolah (2022)</i>	67
4.3.2.3 Uji Heterokedasitas	68
4.3.3 Uji Regresi Linear Berganda.....	70
Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independent (kualitas pelayanan elektronik dan citra merek terhadap variabel dependen (Kepuasan Konsumen). Berikut adalah persamaan regresi berganda yang umum digunakan:	70
4.3.4 Uji Hipotesisi.....	71
4.3.4.1 Uji t (Parsial)	71
4.3.4.2 Uji F (Uji Simultan)	73
4.3.4.3 Uji Koefisien Determinan (R^2).....	74
4.4 Pembahasan Penelitian	75

4.4.1.....Pengaruh Kualitas Pelayanan Elektrtronik Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Negeri Medan	76
4.4.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Pada Mahasiswa Jurusan Mnajemen Universitas Negeri Medan	78
4.4.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Elektronik Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Negeri Medan	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	82
5.1.1 Kesimpulan.....	82
5.2 Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA	85
Lampiran	

