

## DAFTAR ISI

<b>PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Research Gap.....	10
1.3 Rumusan Masalah .....	12
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	14
1.4.1 Tujuan Penelitian.....	14
1.4.2 Manfaat Penelitian .....	14
1.5 Sistematika Penulisan .....	15
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA</b>	
2.1 Landasan Teori .....	17
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	17
2.1.2 TAM ( <i>Technology Acceptance Model</i> ).....	20
2.1.3 <i>Big Data</i> .....	24
2.1.4 Kualitas Layanan.....	25
2.1.5 Kepuasan Pelanggan.....	27
2.1.6 Loyalitas Pelanggan.....	29
2.2 Pengaruh Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis.....	31
2.2.1 Pengaruh Perilaku Konsumen dengan Kepuasan Pelanggan .....	31
2.2.2 Pengaruh <i>Big Data</i> terhadap Kepuasan Pelanggan .....	32
2.2.3 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	34

2.2.4 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Layanan .....	35
2.3 Penelitian Terdahulu .....	38
2.4 Kerangka Pemikiran .....	42
2.5 Hipotesis Penelitian .....	44
2.6 Variabel dan Indikator.....	45
2.6.1 Perilaku Konsumen .....	45
2.6.2 <i>Big Data</i> .....	46
2.6.3 Kualitas Layanan .....	47
2.6.4 Kepuasan Pelanggan .....	48
2.6.5 Loyalitas Pelanggan .....	49
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis dan Sumber Data .....	50
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	50
3.2.1 Variabel Penelitian .....	50
3.2.2 Definisi Operasional Variabel .....	51
3.3 Populasi dan Sampel .....	53
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	56
3.5 Analisis Data .....	58
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	66
4.1.1 Deskripsi Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	68
4.1.2 Deskripsi Umum Responden Berdasarkan Usia .....	69
4.1.3 Deskripsi Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	70
4.1.4 Deskripsi Umum Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan .....	71
4.1.5 Deskripsi Umum Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan .....	72
4.2 Hasil Analisis .....	73
4.2.1 Deskripsi Variabel Penelitian .....	73
4.3 Hasil Analisis Model .....	76
4.3.1 Analisis Faktor Konfirmatori ( <i>Confirmation Factor Analisis</i> ) .....	76

4.3.2 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen .....	82
4.3.3 Analisis Faktor Konfirmation Variabel Endogen .....	85
4.4 Analisis Persamaan Structural Equation Modeling (SEM) .....	86
4.4.1 Uji Normalitas Data .....	86
4.4.2 Evaluasi Atas <i>Outlier</i> .....	87
4.4.3 Multivarian <i>Outlier</i> .....	88
4.4.4 Evaluasi Atas Nilai Residual .....	90
4.4.5 Uji Reabiliti dan <i>Variance Extraced</i> .....	91
4.4.6 Pengujian Hipotesis Penelitian .....	93
4.5 PEMBAHASAN .....	95
4.5.1 Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Kepuasan Pelanggan .....	95
4.5.2 Pengaruh <i>Big Data</i> terhadap Kepuasan Pelanggan .....	96
4.5.3 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan .....	96
4.5.4 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan .....	96
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan .....	97
5.2 Kesimpulan Masalah Penelitian .....	98
5.3 Implikasi Teoritis .....	102
5.4 Implikasi Manajerial .....	103
5.5 Keterbatasan Penelitian .....	106
5.6 Agenda Penelitian Mendatang .....	106
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>108</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>103</b>

**FEB UNDIP**