

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRACT .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR TABEL .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Penelitian Terdahulu .....	16
1.3 Rumusan Masalah .....	28
1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	29
1.4.1 Tujuan .....	29
1.4.2 Kegunaan Penelitian .....	29
1.5 Sistematika Penulisan .....	30
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	32

2.1 Landasan Teori .....	32
2.1.1 Konsep Pemasaran .....	32
2.1.2 Perilaku Konsumen .....	32
2.1.3 Technology Acceptance Model.....	33
2.2 Variabel Penelitian.....	34
2.2.1 Perceived Value .....	34
2.2.2 E-Service Quality .....	38
2.2.3 Customer Loyalty.....	39
2.2.4 Customer Satisfaction .....	43
2.3 Penelitian Terdahulu.....	46
2.4 Hubungan antar Variabel .....	56
2.4.1 Pengaruh Perceived Value dengan Customer Loyalty.....	56
2.4.2 Pengaruh E-Service Quality dengan Customer Loyalty .....	57
2.4.3 Pengaruh Perceived Value dengan Customer Satisfaction .....	58
2.4.4 Pengaruh E-Service Quality dengan Customer Satisfaction.....	60
2.4.5 Pengaruh Customer Satisfaction dengan Customer Loyalty.....	61
2.5 Kerangka Pemikiran .....	62
2.6 Hipotesis .....	62
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>64</b>
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	64
3.1.1 Variabel Penelitian .....	64

3.1.2 Definisi Operasional Variabel .....	65
3.2 Populasi dan Sampel .....	67
3.2.1 Populasi .....	67
3.2.2 Sampel.....	68
3.3 Jumlah Data dan Jenis Data .....	69
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	70
3.5 Metode Analisis Data .....	71
3.5.1 Analisis Multivariat .....	72
<b>BAB IV HASIL DAN ANALISIS .....</b>	<b>78</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	78
4.1.1 Deskripsi Umum Objek Penelitian .....	78
4.1.2 Deskripsi Umum Responden .....	79
4.1.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	80
4.1.2.2 Responden Berdasarkan Usia .....	80
4.1.2.3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	81
4.1.2.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan/Profesi .....	82
4.1.2.5 Responden Berdasarkan Frekuensi bermain Mobile Legends: Bang Bang Dalam Satu Tahun Terakhir... ..	83
4.2 Uji Asumsi Structural Equation Model (SEM) .....	84
4.2.1 Uji Validitas .....	84
4.2.1.1 Uji Validitas Konstruk (Indikator) .....	84

4.2.1.2 Uji Validitas dengan Uji Convergent .....	86
4.1.1.3 Uji Validitas dengan Uji Average Variance Extracted (AVE) .....	88
4.2.2 Uji Reliabilitas .....	92
4.2.3 Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA) .....	95
4.2.3.1 Uji Confirmatory Factor Analysis Variabel Eksogen.....	96
4.2.3.2 Uji Confirmatory Factor Analysis Variabel Endogen....	102
4.2.4 Uji Full Structural Equation Modelling (SEM) .....	108
4.2.5 Uji Terhadap Asumsi SEM .....	111
4.2.5.1 Uji Normalitas Data .....	111
4.2.5.2 Pengujian Outlier .....	112
4.2.5.3 Pengujian Multicolinearity dan Uji Singularity .....	115
4.2.5.4 Pengujian Residual .....	116
4.2.6 Pengujian Hipotesis .....	117
4.2.7 Pengujian Pengaruh Langsung (direct) .....	120
4.2.8 Pengujian Pengaruh Tidak Langsung (Indirect) .....	121
4.3 Interpretasi Hasil .....	122
4.3.1 Pengaruh Perceived Value terhadap Customer Loyalty.....	122
4.3.2 Pengaruh E-Service Quality terhadap Customer Loyalty .....	123
4.3.3 Pengaruh Perceived Value terhadap Customer Satisfaction .....	124
4.3.4 Pengaruh E-Service Quality terhadap Customer Satisfaction.....	125

4.3.5 Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty ....	136
BAB V PENUTUP .....	127
5.1 Kesimpulan .....	127
5.2 Implikasi Teoritis .....	128
5.3 Implikasi Manajerial .....	129
5.4 Keterbatasan dalam penelitian .....	131
5.5 Saran untuk Penelitian di masa depan .....	132
DAFTAR PUSTAKA .....	133
LAMPIRAN .....	137



**FEB UNDIP**