

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi, Perumusan, dan Batasan Masalah.....	8
1.2.1 Identifikasi Masalah	8
1.2.2 Perumusan Masalah.....	10
1.2.3 Batasan Masalah	10
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	10
1.3.1 Maksud Penelitian	10
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	11
1.4. Manfaat dan Kegunaan Penelitian	11
1.4.1. Manfaat Penelitian	11
1.4.2. Kegunaan Penelitian	11
BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN	
2.1 Sejarah Perusahaan.....	13
2.1.1 Visi Lazada Indonesia	13
2.1.2 Misi Lazada Indonesia.....	13
2.1.3 Logo Lazada Indonesia.....	14
2.2. Lingkup dan Bidang Usaha.....	14
2.2.1 Lingkup dan Klasifikasi Bidang Usaha Lazada Indonesia.....	14
2.2.2 Cara Pemesanan.....	14
2.2.3 Cara Pembayaran Lazada Indonesia.....	15
2.2.4 Proses Pengembalian barang	15

BAB III KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

3.1 Kajian Pustaka.....	17
3.1.1. Kepercayaan	17
3.1.1.1. Dimensi Kepercayaan	18
3.1.2 Pengertian Kualitas Pelayanan	19
3.1.2.1 Dimensi Kualitas Pelayanan (<i>Service Quality</i>)	20
3.1.2.2 Pengukuran Kualitas Layanan.....	23
3.1.2.3 Ciri-ciri produk yang memenuhi permintaan pelanggan ...	24
3.1.3 Kepuasan Pelanggan (<i>Customer Satisfaction</i>)	25
3.1.3.1 Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen	27
3.1.3.2 Indikator Kepuasan Pelanggan.....	29
3.1.4 <i>Customer Value</i>	29
3.1.4.1 Pengertian <i>Customer Value</i>	29
3.1.4.2 Perkembangan Dimensi Dan Indikator <i>Customer Value</i> ...	31
3.2. Penelitian Terdahulu	32
3.3. Kerangka Pemikiran.....	37
3.4. Hipotesis.....	41

BAB IV METODE PENELITIAN

4.1. Desain Penelitian.....	42
4.2. Variabel Penelitian	42
4.2.1. Definisi Konsep.....	42
4.2.2. Definisi Operasional.....	43
4.3. Populasi dan Sampel Penelitian	45
4.3.1. Populasi	45
4.3.2. Sampel.....	45
4.4. Jenis dan Sumber Data.....	46
4.5. Teknik Pengumpulan Data.....	46
4.6. Teknik Analisis Data.....	48
4.6.1 Analisa Data Kuesioner	48
4.6.2 Analisis Deskriptif, Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	50

4.6.3 Analisa Data menggunakan SEM	52
4.7. Analisis Korelasi Antar Dimensi	64
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
5.1 Karakteristik Responden	67
5.2 Statistik Deskriptif Data Penelitian	68
5.3 Hasil Penelitian Berdasarkan Analisis <i>Structural Equation Model (SEM)</i>	68
5.4 Hasil Uji Model Pengukuran dari Model Penelitian	69
5.4.1.Variabel Laten Kepercayaan (X1)	70
5.4.2 Variabel Laten <i>Laten Service Quality</i> (X2)	71
5.4.3 Variabel Laten Intervening <i>Customer Value</i> (Y)	73
5.4.4 Variabel Laten Kepuasan Pelanggan (Z)	75
5.5 Hasil Pengujian Hipotesa	76
5.6. Analisis Persamaan Struktural	80
5.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	85
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan	87
6.2 Saran.....	89
6.2.1 Saran Untuk Perusahaan	89
6.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	91
DAFTAR PUSTAKA	92