

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | ii |
| HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI..... | iii |
| KATA PENGANTAR..... | iv |
| ABSTRAK..... | vi |
| ABSTRACT..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xii |
| DAFTAR TABEL..... | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 10 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 11 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 11 |
| 1.5 Sistematika Penulisan Skripsi | 12 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 14 |
| 2.1 Landasan Teori | 14 |
| 2.1.1 Konsep Pemasaran | 14 |
| 2.1.2 Internet Marketing..... | 15 |
| 2.1.3 Kepuasan | 17 |
| 2.1.4 Kepercayaan..... | 20 |
| 2.1.5 Loyalitas..... | 22 |
| 2.1.6 Niat Beralih | 24 |

| | | |
|--|--|-----------|
| 2.2 | Penelitian Sebelumnya | 25 |
| 2.2.1 | Lena Jingen Liang, Hwansuk Chris Choi, dan Marion Jope (2018).... | 25 |
| 2.2.2 | Muhammad Mohsin Butt dan Muhammad Aftab (2012) | 27 |
| 2.3 | Hubungan Antar Variabel | 28 |
| 2.3.1 | Pengaruh Kepuasan Transaksi dan Kepuasan Pengalaman terhadap Kepercayaan Pada Platform | 28 |
| 2.3.2 | Pengaruh Kepuasan Transaksi dan Kepuasan Pengalaman terhadap Kepercayaan Pada Hotel | 29 |
| 2.3.3 | Pengaruh Kepuasan Transaksi terhadap Kepuasan Pengalaman | 31 |
| 2.3.4 | Pengaruh Kepuasan Transaksi dan Kepuasan Pengalaman terhadap Loyalitas | 32 |
| 2.3.5 | Pengaruh Kepuasan Transaksi dan Kepuasan Pengalaman terhadap Niat Beralih | 33 |
| 2.3.6 | Pengaruh Kepercayaan Pada Platform terhadap Kepercayaan Pada Hotel | 34 |
| 2.3.7 | Pengaruh Kepercayaan Pada Platform dan Kepercayaan Pada Hotel terhadap Loyalitas | 35 |
| 2.3.8 | Pengaruh Kepercayaan Pada Platform dan Kepercayaan Pada Hotel terhadap Niat Beralih | 37 |
| 2.4 | Model Penelitian..... | 38 |
| BAB III METODE PENELITIAN | | 40 |
| 3.1 | Pendekatan Penelitian..... | 40 |
| 3.2 | Identifikasi Variabel | 40 |
| 3.3 | Definisi Operasional | 41 |
| 3.4 | Jenis dan Sumber Data | 44 |
| 3.5 | Teknik Pengumpulan Data | 44 |
| 3.5.1 | Populasi | 44 |

| | |
|--|-----------|
| 3.5.2 Sampel..... | 45 |
| 3.6 Teknik Analisis Data | 46 |
| 3.6.1 <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)..... | 46 |
| 3.7 <i>Measurement Model Analysis</i> | 46 |
| 3.7.1 Uji Validitas | 46 |
| 3.7.2 Uji Reliabilitas | 47 |
| 3.8 <i>Structural Model Analysis</i> | 47 |
| 3.8.1 Uji Kecocokan keseluruhan Model..... | 47 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 50 |
| 4.1 Gambaran Umum Subjek dan Objek Penelitian..... | 50 |
| 4.1.1 Gambaran Umum Traveloka..... | 50 |
| 4.1.2 Gambaran Umum Responden | 51 |
| 4.2 Deskripsi Hasil Penelitian | 52 |
| 4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden..... | 52 |
| 4.2.2 Deskripsi jawaban Responden | 56 |
| 4.3 Analisis Model dan Pengujian Hipotesis..... | 61 |
| 4.3.1 Analisis Model Pengukuran | 62 |
| 4.3.2 Uji Normalitas | 64 |
| 4.3.3 <i>Goodness of Fit</i> Struktural | 67 |
| 4.3.4 Pengujian Hipotesis..... | 68 |
| 4.4 Pembahasan | 73 |
| 4.4.1 Pengaruh Kepuasan Transaksi terhadap Kepercayaan pada Platform . | 73 |
| 4.4.2 Pengaruh Kepuasan Pengalaman terhadap Kepercayaan pada Platform | 74 |
| 4.4.3 Pengaruh kepuasan transaksi terhadap kepercayaan pada hotel | 76 |

| | |
|--|-----------|
| 4.4.4 Pengaruh kepuasan pengalaman terhadap kepercayaan pada hotel | 77 |
| 4.4.5 Pengaruh kepuasan transaksi terhadap kepuasan pengalaman..... | 78 |
| 4.4.6 Pengaruh kepuasan transaksi terhadap loyalitas | 79 |
| 4.4.7 Pengaruh kepuasan pengalaman terhadap loyalitas | 80 |
| 4.4.8 Pengaruh kepuasan transaksi terhadap niat beralih..... | 81 |
| 4.4.9 Pengaruh kepuasan pengalaman terhadap niat beralih..... | 83 |
| 4.4.10 Pengaruh kepercayaan pada platform terhadap kepercayaan pada hotel | 84 |
| 4.4.11 Pengaruh kepercayaan pada platform terhadap loyalitas | 85 |
| 4.4.12 Pengaruh kepercayaan pada hotel terhadap loyalitas..... | 86 |
| 4.4.13 Pengaruh kepercayaan pada platform terhadap niat beralih | 87 |
| 4.4.14 Pengaruh kepercayaan pada hotel terhadap niat beralih | 88 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 90 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 90 |
| 5.2 Keterbatasan | 91 |
| 5.3 Saran | 91 |
| 5.3.1 Saran Untuk Pihak Pemasar | 91 |
| 5.3.2 Saran Untuk Akademisi | 92 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 92 |
| LAMPIRAN..... | 99 |