

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PUBLIKASI.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>LEMBAR PERSEMBAHAN .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Pertanyaan Penelitian .....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
<b>BAB II. KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
2.1. Teori Pendukung .....	11
2.1.1. <i>Customer Loyalty</i> .....	11
2.1.2. <i>Customer Satisfaction</i> .....	13
2.1.3. <i>E-Service Quality</i> .....	15
2.1.4. <i>Brand Image</i> .....	17
2.2. Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis .....	20
<b>BAB III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
3.1. Waktu dan Tempat Penelitian .....	30
3.2. Desain Penelitian.....	30
3.3. Populasi dan Sampel .....	31
3.3.1. Populasi.....	31
3.3.2. Sampel.....	31
3.4. Penyusunan Instrumen .....	32

3.4.1.	Variabel Penelitian.....	32
3.4.2.	Operasional Variabel.....	33
3.4.3.	Skala Pengukuran.....	35
3.5.	Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.6.	Teknik Analisis Data.....	36
3.6.1.	Analisis Deskriptif.....	36
3.6.2.	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	37
3.6.3.	Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	37
3.6.4.	Uji Hipotesis.....	38
<b>BAB IV.</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>42</b>
4.1.	Deskripsi Data.....	42
4.1.1.	Profil Responden.....	42
4.1.2.	Analisis Deskriptif.....	46
4.2.	Hasil.....	50
4.2.1.	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	50
4.2.2.	<i>Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i> .....	53
4.2.1.	Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	58
4.2.2.	Uji Hipotesis.....	60
4.3.	Pembahasan.....	62
<b>BAB V.</b>	<b>PENUTUP.....</b>	<b>68</b>
5.1.	Kesimpulan.....	68
5.2.	Implikasi.....	69
5.3.	Keterbatasan Penelitian.....	70
5.4.	Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>73</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>77</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Hasil Survey TV Nasional vs Konten Digital .....	1
Gambar 1. 2. Hasil Survey Terkait Kenaikan Tarif Netflix.....	4
Gambar 1. 3. Ulasan Pengguna Netflix di Indonesia.....	5
Gambar 2. 1. Kerangka Pemikiran.....	29
Gambar 3. 1. Model Awal SEM .....	41
Gambar 4. 1. Model <i>First Order Construct</i> Variabel <i>E-Service Quality</i> .....	53
Gambar 4. 2. Model <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Brand Image</i> .....	54
Gambar 4. 3. Model <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	55
Gambar 4. 4. Model <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Customer Loyalty</i> .....	56
Gambar 4. 5. <i>Full Model SEM</i> .....	57
Gambar 4. 6. <i>T-Value SEM</i> .....	60

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1. Pencapaian Netflix di Tahun 2020.....	7
Tabel 3. 1. Operasionalisasi Variabel .....	33
Tabel 3. 2. Skala Likert .....	35
Tabel 3. 3. <i>Goodness of Fit Indices</i> .....	40
Tabel 4. 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	42
Tabel 4. 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	43
Tabel 4. 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4. 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	44
Tabel 4. 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan.....	44
Tabel 4. 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pengeluaran.....	45
Tabel 4. 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Menonton.....	45
Tabel 4. 8. Analisis Deskriptif <i>E-Service Quality</i> (X1) .....	46
Tabel 4. 9. Analisis Deskriptif <i>Brand Image</i> (X2).....	47
Tabel 4. 10. Analisis Deskriptif <i>Customer Satisfaction</i> (Y) .....	48
Tabel 4. 11. Analisis Deskriptif <i>Customer Loyalty</i> (Z) .....	49
Tabel 4. 12. Hasil Uji Validitas.....	51
Tabel 4. 13. Hasil Uji Reliabilitas.....	52
Tabel 4. 14. <i>Confirmatory Factor Analysis E-Service Quality</i> .....	53
Tabel 4. 15. <i>Confirmatory Factor Analysis Brand Image</i> .....	54
Tabel 4. 16. <i>Confirmatory Factor Analysis Customer Satisfaction</i> .....	55
Tabel 4. 17. <i>Confirmatory Factor Analysis Customer Loyalty</i> .....	56
Tabel 4. 18. <i>Full Model SEM</i> .....	58
Tabel 4. 19. Hasil Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung .....	58
Tabel 4. 20. Hasil Uji Hipotesis.....	60

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	77
Lampiran 2. <i>Output Validitas Product Moment Pearson Correlation</i> .....	81
Lampiran 3. <i>Output Reliabilitas Cronbach Alpha</i> .....	85
Lampiran 4. <i>Output Goodness of Fit</i> .....	86
Lampiran 5. <i>Syntax Lisrel</i> .....	91
Lampiran 6. <i>Output Total Direct and Indirect Effects</i> .....	93
Lampiran 7. <i>Output Standardized Total Effects</i> .....	93
Lampiran 8. <i>Output Structural Equations</i> .....	94

