

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN MUNAQOSYAH.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
E. Sistematika Penulisan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
A. Diskripsi Teori	13
1. Pemasaran	13
2. Pemasaran menurut islam	14
3. Manajemen Pemasaran	15
4. Pemasaran Jasa	15
5. Kualitas pelayanan	17
6. Harga (<i>Price</i>)	18
7. Merek (<i>Brand</i>)	21
8. <i>Brand Image</i>	22
9. Loyalitas Pelanggan	23
B. Penelitian Terdahulu	26
C. Kerangka Berfikir	29
D. Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Jenis dan Pendekatan.....	31
1. Jenis Penelitian	31
2. Pendekatan penelitian	31
B. Populasi dan Sempel	31
1. Populasi.....	31
2. Sampel	32

C. Identifikasi Variabel.....	33
D. Variabel Operasional.....	34
E. Teknik Pengumpulan Data	35
1. Kueaioner (angket).....	35
2. Wawancara	36
3. Dokumentasi	37
F. Teknik Analisis Data.....	37
1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	37
2. Uji Asumsi Klasik.....	38
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
A. Hasil Penelitian	43
1. Gambaran obyek Penelitian	43
2. Analisis Data.....	56
B. Pembahasan	72
1. Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pengguna aplikasi <i>Grab Food</i>	72
2. Pengaruh harga/ <i>price</i> terhadap loyalitas pelanggan penggunaan aplikasi <i>Grab Food</i>	74
3. Pengaruh <i>brand image</i> terhadap loyalitas pelanggan pengguna aplikasi <i>Grab Food</i>	76
4. Pengaruh kualitas pelayanan, <i>price</i> , dan <i>brand image</i> , terhadap loyalitas pelanggan pengguna aplikasi <i>Grab</i> <i>Food</i>	77
BAB V PENUTUP.....	80
A. Kesimpulan	80
B. Saran	81
C. Keterbatasan Peneliti.....	83

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Persaingan Gojek Dan <i>Grab</i> Pada Layanan Pesan Antar Makanan	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3.1 Desain Dan Definisi Operasional Variabel.....	35
Tabel 3.2 Skala Pengukuran.....	38
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	48
Tabel 4.2 Umur Responden.....	49
Tabel 4.3 Pendapatan/ Uang Saku Responden.....	50
Tabel 4.4 Frekuensi Belanja Responden.....	50
Tabel 4.5 Hasil Skor Kuesioner.....	51
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Instrumen.....	61
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	61
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolonieritas.....	62
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	67
Tabel 4.10 Hasil Uji T.....	70
Tabel 4.11 Hasil Uji F.....	72
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	74



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penggunaan Internet Di Indonesia 2

Gamabr 1.2 Pangsa Pasar Jasa Layanan Transportasi Online
Indonesia 4

Gambar 1.3 Transportasi Online Yang Sering Digunakan Di
Indonesia 6

Gambar 1.4 Persaingan Gojek Dan Grab Pada Layanan Pesan
Anatar Makanan 8

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir..... 31

Gambar 4.1 Logo Grab 47

Gambar 4.2 Logo Grab Food..... 48

Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas Dengan Histogram..... 65

Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas Dengan Normal Probability
Plot 66

Gambar 4.5 Hasil Uji Heterokedastisitas..... 67

