

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN MUNAQOSAH</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	9
E. Sistematika Penelitian .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Deskripsi Teori .....	11
1. <i>Theory of Reasoned Action (TRA)</i> .....	11
2. Loyalitas Pelanggan .....	12
a. Definisi Loyalitas Pelanggan .....	12
b. Tahapan Loyalitas Pelanggan .....	13
c. Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan .....	14
d. Indikator Loyalitas Pelanggan .....	15
3. <i>Islamic Marketing</i> .....	16
a. Definisi <i>Islamic Marketing</i> .....	16
b. Prinsip <i>Islamic Marketing</i> .....	18
c. Indikator <i>Islamic Marketing</i> .....	20
4. <i>E-Service Quality</i> .....	22
a. Definisi <i>E-Service Quality</i> .....	22
b. Indikator <i>E-Service Quality</i> .....	23
5. <i>Customer Experience</i> .....	24
a. Definisi <i>Customer Experience</i> .....	24
b. Jenis-Jenis <i>Customer Experience</i> .....	25
c. Indikator <i>Customer Experience</i> .....	26
B. Penelitian Terdahulu .....	27
C. Kerangka Berfikir .....	32

	D. Hipotesis .....	33
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b>	
	A. Jenis Dan Pendekatan .....	35
	B. Setting Penelitian .....	35
	C. Populasi Dan Sampel .....	35
	D. Desain Dan Definisi Operasional Variabel .....	36
	E. Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen .....	39
	F. Teknik Pengumpulan Data .....	41
	G. Sumber Data .....	42
	H. Teknik Analisis Data .....	42
	1. Uji Asumsi Klasik .....	42
	2. Uji Hipotesis .....	43
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
	A. Gambaran Objek Penelitian .....	46
	B. Gambaran Umum Responden .....	47
	1. Deskripsi Identitas Responden .....	47
	2. Jenis Kelamin Responden .....	47
	3. Usia Responden .....	48
	4. Alamat Responden .....	48
	5. Pekerjaan Responden .....	49
	6. Penghasilan Responden .....	49
	C. Deskripsi Data Penelitian .....	50
	1. Variabel <i>Islamic Marketing</i> .....	50
	2. Variabel <i>E-Service Quality</i> .....	52
	3. Variabel <i>Customer Experience</i> .....	53
	4. Variabel Loyalitas Pelanggan .....	54
	D. Hasil Uji Instrumen .....	55
	E. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	57
	F. Hasil Uji Hipotesis .....	59
	G. Pembahasan .....	63
	1. Pengaruh <i>Islamic Marketing</i> dan Loyalitas Pelanggan .....	63
	2. Pengaruh <i>E-Service Quality</i> dan Loyalitas Pelanggan .....	65
	3. Pengaruh <i>Customer Experience</i> dan Loyalitas Pelanggan .....	66
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP</b>	
	A. Simpulan .....	69
	B. Saran .....	69
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	27
Tabel 3.1	Desain dan Definisi Operasional Variabel .....	37
Tabel 3.2	Hasil Uji Validitas Non Responden .....	39
Tabel 3.3	Hasil Uji Reliabilitas Non Responden .....	40
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden .....	47
Tabel 4.2	Usia Responden .....	48
Tabel 4.3	Alamat Responden .....	48
Tabel 4.4	Pekerjaan Responden .....	49
Tabel 4.5	Penghasilan Responden .....	50
Tabel 4.6	Frekuensi Variabel <i>Islamic Marketing</i> .....	50
Tabel 4.7	Frekuensi Variabel <i>E-Service Quality</i> .....	52
Tabel 4.8	Frekuensi Variabel <i>Customer Experience</i> .....	53
Tabel 4.9	Frekuensi Variabel Loyalitas Pelanggan .....	54
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Responden .....	55
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas Responden .....	56
Tabel 4.12	Hasil Uji Multikolinearitas .....	57
Tabel 4.13	Hasil Uji Heteroskedastisitas Glajser .....	58
Tabel 4.14	Hasil Uji Normalitas .....	59
Tabel 4.15	Hasil Uji Analisis Regresi Berganda .....	60
Tabel 4.16	Hasil Uji T .....	61
Tabel 4.17	Hasil Uji F .....	62
Tabel 4.18	Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	62

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1	Penggunaan Internet Dunia 2022 .....	1
Gambar 1.2	Presentase Pengguna <i>E-Commerce</i> 2022 .....	3
Gambar 1.3	Keluhan Pengguna Shopee .....	4
Gambar 2.1	Kerangka Berfikir .....	32
Gambar 4.1	Hasil Uji Normalitas P-P Plot .....	58
Gambar 4.2	Hasil Uji Normalitas Histogram .....	59

