

## KATA PENGANTAR

Segala Kemuliaan, Hormat, dan Pujian diperuntukkan bagi Tuhan Yesus Kristus. Hanya oleh karena kasih karunia Tuhan semata penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

Tugas akhir yang dilakukan berjudul **“ANTESEDEN DAN KONSEKUENSI LOYALITAS PADA PERGURUAN TINGGI SWASTA UNIVERSITAS PELITA HARAPAN”** sebagai persyaratan akademik dalam mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu Universitas Pelita Harapan, Lippo Karawaci, Tangerang.

Penulis sadar bahwa tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan tepat sesuai dengan waktu yang ditentukan berkat doa, dukungan, dan bimbingan yang diberikan dari berbagai pihak. Pada kesempatan yang indah ini, penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya dan Tuhan Yesus memberkati, yakni kepada:

1. Dr. Naniek N. Setijadi, S.Pd., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pelita Harapan.
2. Marsefio Sevyone Luhukay, S.Sos., M.Si, selaku Ketua Program Studi Pendidikan Jarak Jauh Ilmu Komunikasi.
3. Dr. Naniek N. Setijadi, S.Pd., M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan untuk meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan petunjuk bimbingan dan pengarahan yang sangat bermanfaat kepada penulis dalam penyusunan tugas akhir ini.
4. Niyu, S.Si., M.I.Kom dan seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi dan Ilmu Politik Universitas Pelita Harapan yang telah memberikan bekal ilmu selama perkuliahan.

5. Seluruh Karyawan Administrasi Fakultas Ilmu Komunikasi dan Ilmu Politik Universitas Pelita Harapan yang telah membantu penulis dalam kegiatan administratif.
6. Suami tercinta Ir. Dapot G.M.P. Panggabean, anak terkasih Dian Rachel Imanuella Panggabean dan Mami Tersayang Jennie Meranga-Timparosa, serta seluruh anggota keluarga yang telah banyak memberikan dukungan moril maupun materil, perhatian dan kasih sayang, semangat dan doa yang selalu menyertai dalam penyusunan tugas akhir ini.
7. Kepada sahabat yang tidak bisa disebutkan satu-persatu yang memberikan bantuan serta dukungan selama penulisan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini terdapat kekurangan. Dengan segala kerendahan hati segala kritik dan saran yang membangun sangat penulis hargai. Tuhan Yesus memberkati kita semua.

Karawaci, 11 Januari 2021

Isana Sri Christina Meranga

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR

ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi

### BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1. Manfaat Penelitian secara Teoritis.....	7
1.4.2. Manfaat Penelitian Secara Praktis.....	8

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Theory of Reasoned Action (TRA) dan Theory of Planned Behavior (TPB).....	10
2.2. Word of Mouth (WOM).....	13

2.2.1.	Faktor-Faktor yang Mendorong Konsumen Melakukan WOM.....	17
2.2.2.	Jenis Pesan WOM.....	20
2.3.	Citra Merek.....	21
2.3.1.	Pentingnya Citra Merek.....	22
2.3.2.	Citra Merek Positif Dan Negatif.....	24
2.4.	Kepuasan Konsumen.....	25
2.4.1.	Pentingnya Kepuasan Konsumen.....	26
2.4.2.	Model Kepuasan Konsumen.....	28
2.5.	Loyalitas Konsumen.....	31
2.5.1.	Pentingnya Loyalitas Konsumen.....	33
2.5.2.	Jenis Loyalitas Konsumen.....	35
2.6.	Pengembangan Hipotesis.....	38
2.6.1.	Hubungan Citra Merek Dengan Loyalitas Konsumen .....	38
2.6.2.	Hubungan Kepuasan Konsumen Dengan Loyalitas.....	39
2.6.3.	Hubungan Loyalitas Dengan WOM.....	42
2.6.4.	Hubungan Citra Merek Dengan WOM.....	44
2.6.5.	Hubungan Kepuasan Konsumen Dengan WOM.....	45
2.7.	Model Penelitian.....	47

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1.	Pendahuluan.....	48
3.2.	Epistemologi.....	48
3.3.	Metode Dan Jenis Penelitian .....	49

3.4. Unit Analisis.....	49
3.5. Pengukuran Variabel.....	49
3.6. Definisi Konseptual Dan Operasional Variabel.....	50
3.7. Skala Pengukuran.....	52
3.8. Metode Pengumpulan Data.....	53
3.9. Teknik Penyusunan Kuesioner.....	54
3.10. Populasi dan Sampel.....	54
3.10.1. Populasi.....	54
3.10.2. Sampel.....	55
3.11. Teknik Pengambilan Sampel.....	55
3.12. Penentuan Jumlah Sampel.....	55
3.13. Teknik Analisis Data.....	56
3.13.1. Studi Pendahuluan.....	56
3.13.1.1 Uji Validitas Studi Pendahuluan.....	57
3.13.1.2. Uji Realibilitas Studi Pendahuluan.....	58
3.13.2. Statistik Deskriptif.....	59
3.13.3. Statistik Inferensial.....	60
3.14. Hasil Studi Pendahuluan.....	63
3.14.1. Uji Validitas.....	63
3.14.2. Uji Reliabilitas.....	65

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1. Profil Responden.....	66
----------------------------	----

4.1.1. Jenis Kelamin.....	67
4.1.2. Umur.....	67
4.1.3. Program Studi.....	68
4.1.4. Durasi Studi.....	69
4.1.5. Status Pendaftaran.....	69
4.2. Hasil Statistik Deskriptif.....	70
4.2.1. Citra Merek.....	71
4.2.2. Kepuasan Konsumen.....	72
4.2.3. Loyalitas Konsumen.....	72
4.2.4. WOM.....	73
4.3. Hasil Penelitian Aktual Dengan Uji Statistik Inferensial.....	73
4.3.1. Hasil Pengujian Model Pengukuran (Outer Model).....	74
4.3.1.1. Uji Validitas.....	74
4.3.1.2. Uji Reliabilitas.....	76
4.3.2. Hasil Pengujian Model Struktural (Inner Model).....	77
4.3.2.1. Uji Multikolinearitas.....	77
4.3.2.2. Uji Hipotesis.....	78
4.3.2.3. Uji Mediasi/ Uji Pengaruh Tidak Langsung.....	83
4.4. Pembahasan.....	85

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

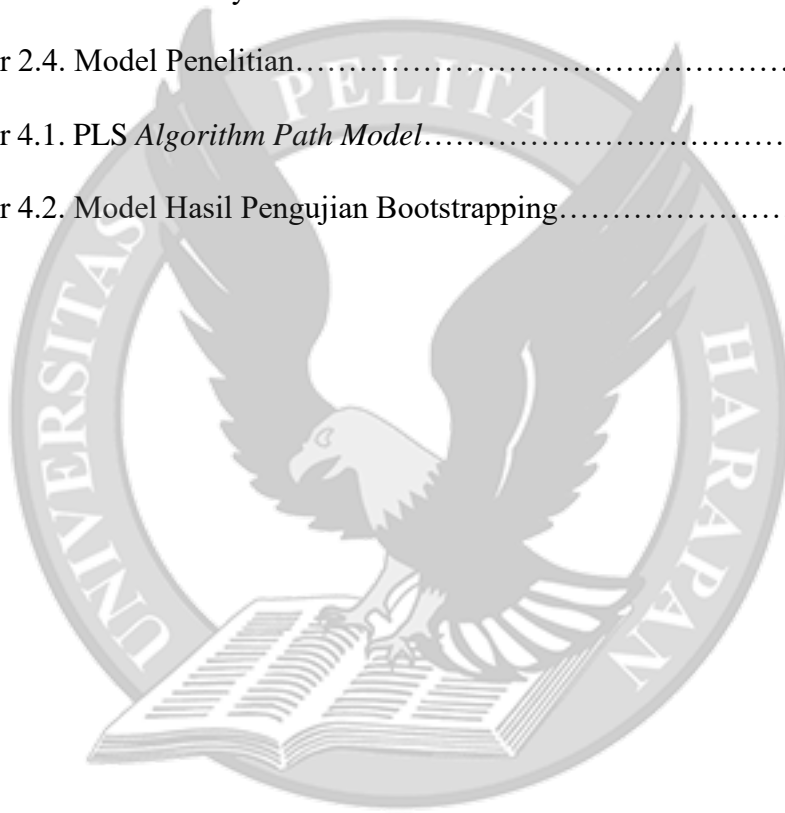
5.1. Kesimpulan.....	87
5.2. Implikasi Manajerial.....	87

5.3. Batasan Penelitian.....	89
5.4. Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>92</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Jumlah Perguruan Tinggi di Indonesia.....	2
Gambar 2.1. Model Analisis Kepuasan Konsumen.....	29
Gambar 2.2. Model kepuasan konsumen Kano.....	30
Gambar 2.3. Piramida Loyalitas Merek.....	36
Gambar 2.4. Model Penelitian.....	47
Gambar 4.1. PLS <i>Algorithm Path Model</i> .....	80
Gambar 4.2. Model Hasil Pengujian Bootstrapping.....	81





## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Definisi konseptual dan Definisi Operasional.....	50
Tabel 3.2. Skala Likert.....	52
Tabel 3.3. Nilai Rentang dan Kategori.....	60
Tabel 3.4. Hasil Uji Validitas Konvergen Studi Pendahuluan.....	63
Tabel 3.5. Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE) Studi Pendahuluan...	64
Tabel 3.6. Hasil Uji Validitas Diskriminan Studi Pendahuluan.....	64
Tabel 3.7. Hasil Uji Reliabilitas Studi Pendahuluan.....	65
Tabel 4.1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
Tabel 4.2. Profil Responden Berdasarkan Umur.....	67
Tabel 4.3. Profil Responden Berdasarkan Program Studi Yang Sedang Diambil.	68
Tabel 4.4. Profil Responden Berdasarkan Durasi Studi.....	69
Tabel 4.5. Profil Responden Berdasarkan Status Pendaftaran.....	69
Tabel 4.6. Statistik Deskriptif Citra Merek.....	71
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif Kepuasan Konsumen.....	72
Tabel 4.8. Statistik Deskriptif Loyalitas Konsumen.....	72
Tabel 4.9. Statistik Deskriptif WOM.....	73
Tabel 4.10. Hasil Uji Validitas Konvergen.....	75
Tabel 4.11. Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE).....	75
Tabel 4.12. Hasil Uji Validitas Diskriminan.....	76
Tabel 4.13. Hasil Uji Reliabilitas.....	77

Tabel 4.14. Hasil Uji Variabel Inflation Factor (VIF).....	78
Tabel 4.15. Hasil Uji R Squares.....	79
Tabel 4.16. Hasil Uji Hipotesis.....	81
Tabel 4.17. Hasil Uji Pengaruh Tidak Langsung.....	84



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Profil Responden

Lampiran 3 Hasil Studi Pendahuluan

Lampiran 4 Hasil Statistik Deskriptif

Lampiran 5 Hasil Penelitian Aktual

Lampiran 6 Form Lembar Monitoring Bimbingan Tugas Akhir

