

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat dan karuniaNya sehingga penulisan thesis ini dapat diselesaikan dengan baik. Thesis ini dibuat untuk memenuhi salah satu persyaratan akademik guna memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Pascasarjana Universitas Pelita Harapan.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Ibu Gracia Shinta S. Ugut, MBA., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan.
- 2) Dr. Innocentius Bernarto, S.T., M.Si., M.M., M.Si. selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Pelita Harapan.
- 3) Dr.Ir. Rudy Pramono, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu, membimbing, serta memberikan dukungan dan pengarahan sehingga thesis ini dapat diselesaikan dengan baik.
- 4) Seluruh keluarga penulis yang telah memberikan dukungan, doa, dan motivasi dalam proses pengerjaan thesis ini.
- 5) Teman – teman Magister Manajemen Angkatan 11 yang selalu saling membantu dan mendukung selama masa perkuliahan.
- 6) Seluruh rekan-rekan penulis yang selalu sabar memberikan dukungan, semangat, doa, dan bantuan pada selama masa perkuliahan sampai terselesaikannya tugas akhir ini.
- 7) Bella Yudha Wijaya, Candy Adeline, Karisha Alifputri, Cathy Hutagalung, Zeina Maisyita dan semua pihak dari teman-teman yang tidak bisa disebutkan namanya satu-satu telah setia menemani, memberi dukungan, dan bantuan dalam menyelesaikan tesis ini. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan thesis ini. Oleh karena itu, penulis menghargai apabila ada saran

dan kritik yang membangun demi penyempurnaan thesis ini. Semoga thesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya. Tuhan memberkati.

Jakarta, 30 Juli 2021

Penulis



DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	II
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	III
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	IV
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR	V
ABSTRAK	VI
KATA PENGANTAR	VIII
DAFTAR ISI	X
DAFTAR GAMBAR	XIII
DAFTAR TABEL	XIII
BAB 1.....	1.
1.1 Latar belakang	1.
1.2 Pertanyaan Penelitian	6.
1.3 Tujuan Penelitian	7.
1.4 Manfaat penelitian	7.
1.5 Batasan penelitian	8.
1.6 Sistematika penulisan	8.
BAB II	10.
2.1 Teori Marketing	10.
2.2 Loyalitas Pelanggan	15.
2.3 Kepercayaan Pelanggan	19.
2.4 Kepuasan Pelanggan.....	25.
2.5 <i>Perceived Value</i>	27.
2.6 Hubungan <i>Perceived Value</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	28.
2.7 Hubungan <i>Perceived Value</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	29.
2.8 Hubungan Kepuasan Pelanggan Terhadap Kepercayaan Pelanggan	29.
2.9 Hubungan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	30.
2.10 Hubungan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	31.

BAB III	33.
3.1 Objek Penelitian	33.
3.2 Unit Analisis	33.
3.3 Tipe Penelitian	35.
3.4 Operasionaisasi Variable Penelitian	37.
3.4.1 Variabel Bebas (Independent Variabel)	45.
3.4.2 Variabel Terikat (Dependent Variabel)	45.
3.5 Populasi dan Sampel	46.
3.5.1 Populasi	46.
3.5.2 Sampel	47.
3.6 Metode Pengumpulan Data	50.
3.7 Metode Analisis Data.....	52.
3.7.1 Statistik deskriptif	52.
3.7.2 Statistik inferensial	54.
3.7.2.1 Partial Least Square (PLS) - Structural Equation Modelling (SEM)	55.
3.7.2.2 Evaluasi Model	57.
3.7.2.3 Evaluasi <i>Measurement Model</i> (Model Pengukuran)	61.
3.7.2.4 <i>Structural Model</i> (Inner Model)	62.
3.7.2.5 Evaluasi <i>Structural Model</i> (Inner Model) Awal	64.
3.7.2.6 Evaluasi <i>Structural Model</i> (Inner Model) Akhir.....	65.
3.7.2.7 Pengujian Hipotesis	66.
3.7.2.7.1 Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung	67.
3.8 Pengujian Instrumen Pendahuluan	68.
3.8.1 Uji Validitas	68.
3.8.2 Uji Reabilitas	69.
3.9 Hasil Uji Instrumen Pendahuluan	70.
3.9.1 Hasil Uji Validitas Konvergen Pendahuluan	71.
3.9.1.1 Hasil Uji Validitas Diskriminan Pendahuluan	73.
3.9.2 Hasil Uji Reabilitas Pendahuluan.....	75.
BAB IV	76.
4.1. Profil Responden	76.

4.1.1. Jenis Kelamin	76.
4.1.2. Usia	77.
4.1.3. Status Pernikahan	79.
4.1.4. Tingkat Pendidikan	80.
4.1.5 Pekerjaan	81.
4.1.6 Domisili	83.
4.1.7 Tingkat Pendapatan Perbulan	85.
4.1.8 Jumlah Pembelian	86.
4.1.9 Jumlah Kunjungan	87.
4.2. Hasil Analisis Data	89.
4.2.1. Statistik Deskriptif	89.
4.2.1.1. Loyalitas Pelanggan	90.
4.2.1.2. Kepercayaan Pelanggan	93.
4.2.1.3. Kepuasan Pelanggan	99.
4.2.1.4. Perceived Value	102.
4.3 Statistik Inferensial	106.
4.3.1 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	107.
4.3.1.1 Uji Validitas Aktual	107.
4.3.2 Hasil Uji Realibilitas	113.
4.3.3 Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	114.
4.3.3.1 Koefesien Determinasi	115.
4.3.4 Uji Multikolinearitas.....	115.
4.4. Pengujian Hipotesis	117.
4.4.1. Hipotesis 1	118.
4.4.2. Hipotesis 2	119.
4.4.3. Hipotesis 3	119.
4.4.4. Hipotesis 4	120.
4.4.5. Hipotesis 5	120.
4.5. Pembahasan	121.
4.5.1. Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	122.
4.5.2. Kepuasan Pelanggan terhadap Kepercayaan Pelanggan	122.
4.5.3. Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	123.

4.5.4. <i>Perceived Value</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	123.
4.5.5. <i>Perceived Value</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	124.
BAB V	125.
5.1. Kesimpulan.....	125.
5.2. Implikasi Manajerial	126.
5.3. Keterbatasan Penelitian dan Saran	127.
DAFTAR PUSTAKA	128.
LAMPIRAN	143.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Penelitian.....	32.
Gambar 3.1. Evaluasi Model	58.
Gambar 3.2. Evaluasi <i>Inner Model</i> (Model Struktural) Awal	65.
Gambar 3.3. Evaluasi <i>Inner Model</i> (Model Struktural) Akhir	66.
Gambar 4.1. Model Pengukuran	108.
Gambar 4.2. Path Model	114.

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Definisi Operasional dan Indikator	38.
Tabel 3.2. Skala Likert	45.
Tabel 3.3. Perbedaan Data Primer dan Data Sekunder	50.
Tabel 3.4. Klasifikasi Sikap	54.
Tabel 3.5. Hasil Uji Validitas Konvergen Pendahuluan- <i>Outer Loadings</i> ...	71.
Tabel 3.6. Hasil Uji Validitas Konvergen Pendahuluan- <i>Average Variance Extracted</i>.....	72.
Tabel 3.7. Hasil Uji Diskriminan Pendahuluan – Fornell dan Larcker	74.
Tabel 3.8. Hasil Uji Diskriminan Pendahuluan – Heterotrait-Monotrait (HMTM)	74.
Tabel 3.9. Nilai <i>Composite reliability</i> pendahuluan	75.
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	77.
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	78.
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan	79.

Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	80.
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	82.
Tabel 4.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	84.
Tabel 4.7. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan Perbulan	85.
Tabel 4.8. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian	86.
Tabel 4.9. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan	88.
Tabel 4.10. Klasifikasi Sikap	90.
Tabel 4.11. Statistik Deskriptif Loyalitas Pelanggan	91.
Tabel 4.12. Statistik Deskriptif Kepercayaan Pelanggan	94.
Tabel 4.13. Statistik Deskriptif Kepuasan Pelanggan	99.
Tabel 4.14. Statistik Deskriptif <i>Perceived Value</i>	103.
Tabel 4.15. Nilai <i>loading factor</i>	108.
Tabel 4.16. Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	110.
Tabel 4.17. Hasil Uji Validitas Diskriminan Aktual – <i>Fornell and larcker criterion</i>	111.
Tabel 4.18. Hasil Uji Validitas Diskriminan Aktual – <i>Heterotrait – Monotrait</i>	112.
Tabel 4.19 Nilai <i>composite reliability</i>	113.
Tabel 4.20 Nilai <i>R Square (R²)</i>	115.
Tabel 4.21 <i>Variance Inflation Factor (VIF)</i>	116.
Tabel 4.22 Nilai <i>t-statistic</i> dan <i>path coefficient</i>	118.