

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
1.5 Sistematika Penulisan.....	16
BAB II TINJAUAN LITERATUR.....	18
2.1 <i>Service Quality</i>	18
2.2 <i>Customer Satisfaction</i>	21
2.3 <i>Customer Value</i>	24
2.4 <i>Brand Image</i>	27
2.5 <i>Customer Relationship Management Quality</i>	30
2.6 <i>Customer Loyalty</i>	33
2.7 Pengembangan Hipotesis.....	36
2.7.1 Hubungan <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Relationship Management Quality</i>	36
2.7.2 Hubungan <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Relationship Management Quality</i>	36
2.7.3 Hubungan <i>Customer Value</i> terhadap <i>Customer Relationship Management Quality</i>	37
2.7.4 Hubungan <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Relationship Management Quality</i> dimoderasi oleh <i>Brand Image</i>	38
2.7.5 Hubungan <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Relationship Management Quality</i> dimoderasi oleh <i>Brand Image</i>	39
2.7.6 Hubungan <i>Customer Value</i> terhadap <i>Customer Relationship Management Quality</i> dimoderasi oleh <i>Brand Image</i>	40
2.7.7 Hubungan <i>Customer Relationship Management Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	41
2.8 Model Penelitian.....	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	43

3.1 Paradigma Penelitian	43
3.2 Desain Penelitian	44
3.3 Pengukuran Variabel (Tabel DKDO).....	45
3.3.1 Variabel Independen	52
3.3.2 Variabel Dependen	54
3.3.3 Variabel Moderasi.....	54
3.4 Unit Analisis	54
3.5 Metode Pengumpulan Data	55
3.6 Pengembangan Kuesioner	57
3.7 Populasi dan Sampel.....	58
3.8 Desain Sampel.....	58
3.9 Ukuran Sampel	59
3.10 Data Analisis	60
3.10.1 Studi Pendahuluan	60
3.10.1.1 Uji Validitas	61
3.10.1.2 Uji Reliabilitas	61
3.10.2 Statistik Deskriptif.....	62
3.10.3 Statistik Inferensial.....	63
3.10.4 Structural Equation Model (SEM).....	63
3.10.5 Partial Least Square (PLS).....	64
3.10.6 Evaluasi Model	65
3.10.6.1 Outer Model	65
3.10.6.2 Inner Model.....	66
3.10.7 Uji Hipotesis	66
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	68
4.1 Profil Responden	68
4.1.1 Jenis Kelamin.....	68
4.1.2 Usia	69
4.1.3 Domisili	70
4.1.4 Tingkat Pendidikan Terakhir	71
4.1.5 Jenis Pekerjaan.....	72
4.1.6 Jumlah Kunjungan	73
4.2 Hasil Uji Studi Pendahuluan	74
4.2.1 Uji Validitas pada Studi Pendahuluan variabel <i>Service Quality</i>	74

4.2.2 Uji Validitas pada Studi Pendahuluan variabel <i>Customer Satisfaction</i>	77
4.2.3 Uji Validitas pada Studi Pendahuluan variabel <i>Customer Value</i>	78
4.2.4 Uji Validitas pada Studi Pendahuluan variabel <i>Brand Image</i>	78
4.2.5 Uji Validitas pada Studi Pendahuluan variabel <i>Customer Relationship Management Quality</i>	79
4.2.6 Uji Validitas pada Studi Pendahuluan variabel <i>Customer Loyalty</i>	81
4.2.7 Uji Reliabilitas pada Studi Pendahuluan	81
4.3 Statistik Deskriptif	83
4.3.1 <i>Service Quality</i>	83
4.3.2 <i>Customer Satisfaction</i>	89
4.3.3 <i>Customer Value</i>	90
4.3.4 <i>Brand Image</i>	91
4.3.5 <i>Customer Relationship Management Quality</i>	93
4.3.6 <i>Customer Loyalty</i>	95
4.4 Statistik Inferensial	96
4.4.1 Outer Model	96
4.4.1.1 Uji Validitas Konvergen dan Diskriminan Actual Test Tahap 1	97
4.4.1.2 Uji Reliabilitas pada Actual Test Tahap 1	102
4.4.1.3 Uji validitas Konvergen dan Diskriminan Actual Test Tahap 2	103
4.4.1.2 Uji Reliabilitas pada Actual Test Tahap 2	108
4.4.2 Inner Model	109
4.4.3 Uji Multikolinieritas	110
4.4.4 Uji Nilai R ²	111
4.5 Uji Hipotesis	112
4.6 Pembahasan Hipotesis	117
4.6.1 Pembahasan Hipotesis 1	117
4.6.2 Pembahasan Hipotesis 2	118
4.6.3 Pembahasan Hipotesis 3	118
4.6.4 Pembahasan Hipotesis 4	119
4.6.5 Pembahasan Hipotesis 5	120
4.6.6 Pembahasan Hipotesis 6	121
4.6.7 Pembahasan Hipotesis 7	121
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	123
5.1 Kesimpulan	123

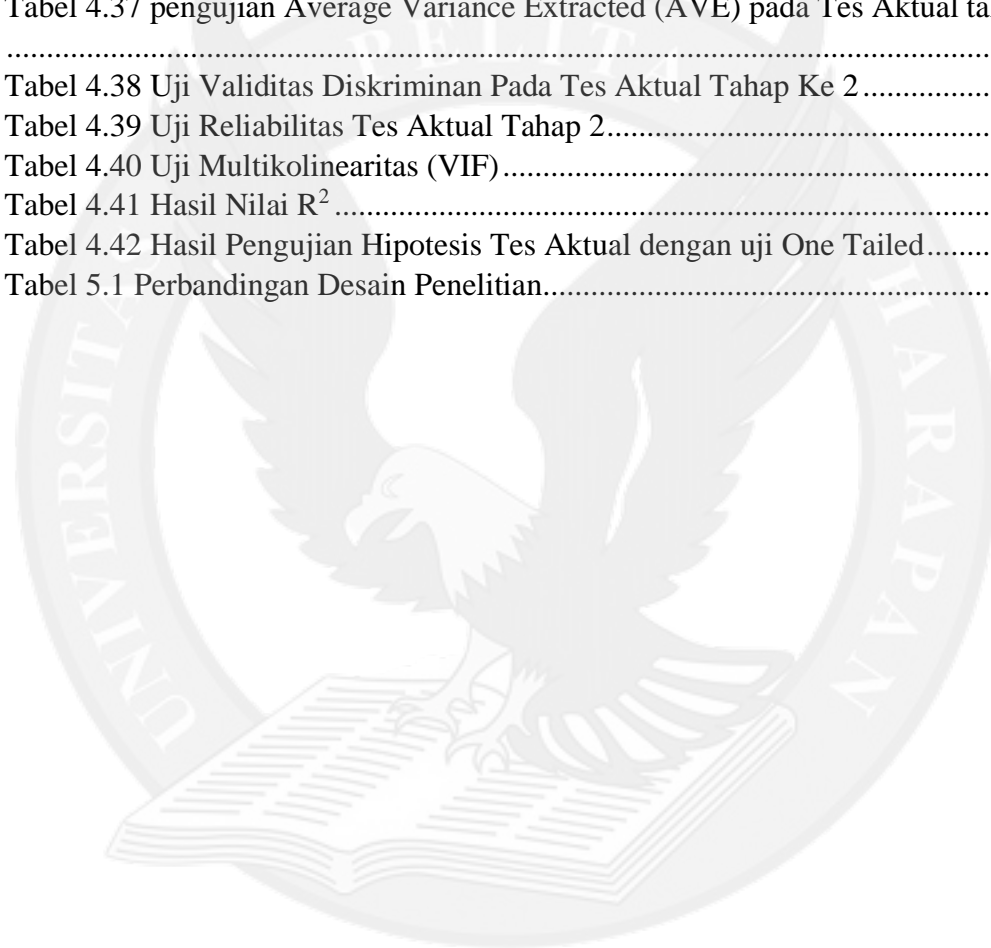
5.2 Implikasi Teoritis.....	124
5.3 Implikasi Manajerial.....	127
5.4 Keterbatasan Penelitian	131
5.5 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	131
DAFTAR PUSTAKA	133
LAMPIRAN.....	142



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan Sepeda Motor di Asia Tenggara (Unit).....	2
Tabel 1.2 Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor di Indonesia.....	3
Tabel 1.3 persentase Kategori sepeda motor domestik.....	5
Tabel 1.4 Tren Market Share dan Data penjualan sepeda motor di Indonesia	7
Tabel 3.1 Definisi Konseptual dan Operasional	46
Tabel 3.2 Model Skala Likert.....	57
Tabel 3.3 Nilai interval dan Kategori.....	62
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	68
Tabel 4.2 Usia Responden.....	69
Tabel 4.3 Domisili Responden.....	70
Tabel 4.4 Tingkat Pendidikan Terakhir Responden.....	71
Tabel 4.5 Jenis Pekerjaan Responden	72
Tabel 4.6 Jumlah Kunjungan Dalam Satu Tahun	73
Tabel 4.7 Hasil uji validitas pada variabel <i>Service Quality - Tangible</i>	74
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas pada variabel <i>Service Quality – Reliability</i>	75
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas pada variabel <i>Service Quality – Responsiveness</i>	75
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas pada variabel <i>Service Quality – Assurance</i>	76
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas pada Variabel <i>Service Quality – Emphaty</i>	76
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas pada Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	77
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas pada Variabel <i>Customer Value</i>	78
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas pada Variabel <i>Brand Image</i>	78
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas pada Variabel <i>Customer Relationship Management Quality – Trust</i>	79
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas pada Variabel <i>Customer Relationship Management Quality – Commitment</i>	80
Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas pada Variabel <i>Customer Loyalty</i>	81
Tabel 4.18 Hasil Uji Reliabilitas pada semua variabel	81
Tabel 4.19 Hasil Statistik Deskriptif pada variabel <i>Service Quality – Tangible</i> ..	83
Tabel 4.20 Hasil Statistik Deskriptif pada variabel <i>Service Quality – Reliability</i>	85
Tabel 4.21 Hasil Statistik Deskriptif pada variabel <i>Service Quality – Responsiveness</i>	86
Tabel 4.22 Hasil Statistik Deskriptif pada ariabel <i>Service Quality – Assurance</i> ..	87
Tabel 4.23 Hasil Statistik Deskriptif pada variabel <i>Service Quality – Emphaty</i> ..	88
Tabel 4.24 Hasil Statistik Deskriptif pada variabel <i>Customer Satisfaction</i>	89
Tabel 4.25 Hasil Statistik Deskriptif pada variabel <i>Customer Value</i>	90
Tabel 4.26 Hasil Statistik Deskriptif pada variabel <i>Brand Image</i>	92
Tabel 4.27 Hasil Statistik Deskriptif pada variabel <i>Customer Relationship Management Quality – Trust</i>	93
Tabel 4.28 Hasil Statistik Deskriptif pada variabel <i>Customer Relationship Management Quality – Commitment</i>	94
Tabel 4.29 Hasil Statistik Deskriptif pada variabel <i>Customer Loyalty</i>	95

Tabel 4.30 Uji Validitas Konvergen Tes Aktual tahap 1 (First Order Construct)	97
Tabel 4.31 Outer loading pada Tes Aktual tahap 1 (Second Order Construct)	99
Tabel 4.32 pengujian Average Variance Extracted (AVE) pada Tes Aktual tahap 1	100
.....	100
Tabel 4.33 Uji Validitas Diskriminan Pada Tes Aktual Tahap Ke 1	101
Tabel 4.34 Uji Reliabilitas Tes Aktual Tahap 1.....	102
Tabel 4.35 Uji Validitas Konvergen Tes Aktual Tahap 2 (First Order Construct)	103
.....	103
Tabel 4.36 Outer loading pada Tes Aktual tahap 2 (Second order Construct) ...	105
Tabel 4.37 pengujian Average Variance Extracted (AVE) pada Tes Aktual tahap 2	106
.....	106
Tabel 4.38 Uji Validitas Diskriminan Pada Tes Aktual Tahap Ke 2.....	107
Tabel 4.39 Uji Reliabilitas Tes Aktual Tahap 2.....	108
Tabel 4.40 Uji Multikolinearitas (VIF).....	110
Tabel 4.41 Hasil Nilai R ²	111
Tabel 4.42 Hasil Pengujian Hipotesis Tes Aktual dengan uji One Tailed.....	112
Tabel 5.1 Perbandingan Desain Penelitian.....	125



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah penjualan sepeda motor di Indonesia.....	4
Gambar 1.2 Persentase Kategori sepeda motor domestik.....	5
Gambar 1.3 Tren Market Share dan Data penjualan sepeda motor di Indonesia....	8
Gambar 2.1 Model Penelitian	42
Gambar 4.1 model struktural tahap 2 berdasarkan PLS Algorithm.....	109
Gambar 4.2 model struktural berdasarkan Bootstrapping.....	113

