

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Batasan Masalah	12
1.3 Rumusan Masalah	13
1.4 Tujuan Penelitian.....	14
1.5 Manfaat Penelitian.....	15
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	15
1.5.2 Manfaat Praktis	16
1.6 Sistematika Penulisan	16
BAB II.....	19
TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	19
2.1 Landasan Teori	19
2.1.1 <i>Customer Loyalty</i>	19
2.1.2 <i>Switching Costs</i>	21
2.1.3 <i>Customer Satisfaction</i>	22
2.1.4 <i>Relationship Marketing</i>	24
2.1.5 <i>Service quality</i>	26
2.2 Penelitian Terdahulu.....	27
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	29
2.3.1 Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> terhadap <i>Switching Cost</i>	29
2.3.2 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Switching Cost</i>	30
2.3.3 Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> ..	31
2.3.4 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	31
2.3.5 Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> terhadap <i>Customer loyalty</i>	32
2.3.6 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer loyalty</i>	33
2.3.7 Pengaruh <i>Switching Cost</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	33
2.3.8 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	34
2.4 Kerangka Berpikir.....	35
2.5 Bagan Alur Berpikir	35
BAB III.....	37
METODOLOGI PENELITIAN	37
3.1 Jenis Penelitian	37
3.2 Populasi dan Sampel.....	38
3.2.1 Populasi.....	38
3.2.2 Sampel.....	38
3.3 Metode Pengumpulan Data	40
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	42

3.5 Metode Analisis Data	43
BAB IV	53
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Gambaran Umum	53
4.2 Analisis Data	54
4.2.1 Statistik Deskriptif	54
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel.....	65
4.2.3 Uji Validitas.....	74
4.2.4 Uji <i>Reliability</i>	75
4.3 Metode Analisis Statistik.....	82
4.3.1 Analisis Regresi	82
4.3.2 Analisis Koefisien Korelasi	86
4.3.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	87
4.4 Metode Pengujian Hipotesis.....	89
4.4.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	89
4.4.2 Uji Signifikansi Parsial (Uji-T).....	90
4.5 Pembahasan	92
BAB V	112
KONKLUSI, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI	112
5.1 Simpulan.....	112
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis.....	113
5.2 Implikasi	122
5.2.1 Implikasi Teoritis	122
5.2.2 Implikasi Manajerial	124
5.3 Rekomendasi	128
DAFTAR PUSTAKA.....	130

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Cargo PT Lautan Indomas Utama Medan.....	5
Gambar 1. 2 Foto staff dan manajer bersama pelanggan China dan Singapura PT Lautan Indomas Utama Medan.....	7
Gambar 1. 3 Apresiasi Terhadap Pelanggan PT Lautan Indomas Utama Medan.....	9
Gambar 1. 4 <i>Freigh Forwading Process</i> PT Lautan Indomas Utama Medan.....	9
Gambar 1. 5 <i>Relationship Marketing</i> PT Lautan Indomas Utama Medan.....	11
Gambar 2. 1 Model Penelitian Terdahulu.....	28
Gambar 2. 2 Model Penelitian.....	35
Gambar 2. 3 Alur Berpikir.....	36
Gambar 4. 1 Diagram Pie responden berdasarkan usia.....	55
Gambar 4. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Gambar 4. 3 Scatterplot Uji Normalitas <i>Switching Cost</i>	77
Gambar 4. 4 Scatterplot Uji Normalitas <i>Customer Satisfaction</i>	77
Gambar 4. 5 Scatterplot Uji Normalitas <i>Customer Loyalty</i>	78
Gambar 4. 6 Scatterplot Uji Normalitas <i>Customer Loyalty</i> (SC dan CS).....	78
Gambar 4. 7 Scatterplot Uji Heterokedastisitas <i>Switching Cost</i>	79
Gambar 4. 8 Scatterplot Uji Heterokedastisitas <i>Customer Satisfaction</i>	80
Gambar 4. 9 Scatterplot Uji Heterokedastisitas <i>Customer Loyalty</i>	80
Gambar 4. 10 Scatterplot Uji Heterokedastisitas <i>Customer Loyalty</i> (SC*CS).....	80
Gambar 4. 11 Hasil Penelitian.....	91

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Pesaing	3
Tabel 1. 2 Laporan Kegiatan Barang PT Lautan Indomas Utama Medan Tahun 2020 - 2022	6
Tabel 1. 3 Jumlah Pelanggan yang Menggunakan Jasa freight forwarding khususnya pengiriman barang Peti Kemas <i>Dry / Reefer (LCL/FCL)</i> PT Lautan Indomas Utama Medan Tahun 2020 -2022.....	6
Tabel 1. 4 Biaya 1 s/d 1.000 kg/LCL.....	10
Tabel 1. 5 Biaya 1 x 20’/FCL	10
Tabel 1. 6 Biaya 1 x 40’/FCL	10
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	42
Tabel 3. 2 <i>Rules of Thumb</i> Koefisien Korelasi	50
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Usia	55
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4. 3 Derajat Penilaian Setiap Variabel	57
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Loyalty</i>	58
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	59
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden terhadap <i>Relationship Marketing</i>	61
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden terhadap <i>Service Quality</i>	62
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden terhadap <i>Switching Cost</i>	64
Tabel 4. 9 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Relationship Marketing</i>	65
Tabel 4. 10 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Service Quality</i>	68
Tabel 4. 11 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Switching Cost</i>	70
Tabel 4. 12 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	72
Tabel 4. 13 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Customer Loyalty</i>	73
Tabel 4. 14 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Loyalty</i>	74
Tabel 4. 15 Uji Reliabilitas	76
Tabel 4. 16 Uji Kolmogorov Smirnov (K-S)	76
Tabel 4. 17 Nilai Tolerance dan VIF	78
Tabel 4. 18 Spearman Test Correlation	81
Tabel 4. 19 Hasil Uji Linearitas	81
Tabel 4. 20 Hasil Uji Regresi Berganda ($RM^*SQ \rightarrow SC$).....	82
Tabel 4. 21 Hasil Uji Regresi Berganda ($RM^*SQ \rightarrow CS$).....	84
Tabel 4. 22 Hasil Uji Regresi Berganda ($RM^*SQ^*SC^*CS \rightarrow CL$).....	85
Tabel 4. 23 Hasil Analisis Koefisien Korelasi Berganda $RM^*SQ \rightarrow SC$	86
Tabel 4. 24 Hasil Analisis Koefisien Korelasi Berganda $RM^*SQ \rightarrow CS$	87
Tabel 4. 25 Hasil Analisis Koefisien Korelasi Berganda $RM^*SC^*SQ^*CS \rightarrow CL$	87
Tabel 4. 26 Hasil Analisis Koefisien Determinasi $RM^*SQ \rightarrow SC$	87
Tabel 4. 27 Hasil Analisis Koefisien Determinasi $RM^*SQ \rightarrow CS$	88
Tabel 4. 28 Hasil Analisis Koefisien Determinasi $RM^*SC^*SQ^*CS \rightarrow CL$	88
Tabel 4. 29 Hasil Uji F.....	89
Tabel 4. 30 Hasil Uji t.....	90
Tabel 4. 31 Hasil Uji Validitas <i>Relationship Marketing</i>	103
Tabel 4. 32 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Service Quality</i>	106
Tabel 4. 33 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	108
Tabel 4. 34 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Switching Cost</i>	108
Tabel 4. 35 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Loyalty</i>	111

Tabel 5 1 Implikasi Teori.....	122
Tabel 5 1 Implikasi Manajerial	126



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuesioner Penelitian.....	A-1
Lampiran B Tabulasi Kuesioner	B-1
Lampiran C Uji Validitas dan Reliabilitas	C-1
Lampiran D Statistik Deskriptif	D-1
Lampiran E Uji Asumsi Klasik.....	E-1
Lampiran F Uji Hipotesis.....	F-1
Lampiran G Uji Hipotesis	G-1

