

DAFTAR ISI

Pernyataan dan Persetujuan Unggah Tugas Akhir	i
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Batasan Masalah.....	14
1.3 Rumusan Masalah	15
1.4 Tujuan Penelitian.....	15
1.5 Manfaat Penelitian.....	16
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	16
1.5.2 Manfaat Praktis	16
Sistematika Penulisan.....	16
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	18
2.1 Landasan Teori	18
2.1.1 Internet Service	18
2.1.2 Prices.....	20
2.1.3 Employees.....	21
2.1.4 Physical Evidence	22
2.1.5 Customer Satisfaction.....	24
2.1.6 Customer Loyalty	25
2.2 Penelitian Terdahulu.....	27
2.3 Pengembangan Hipotesis	28
2.3.1 Pengaruh Internet Service terhadap Customer Satisfaction.....	28
2.3.2 Pengaruh Prices terhadap Customer Satisfaction	29

2.3.3 Pengaruh Employees terhadap Customer Satisfaction	29
2.3.4 Pengaruh Physical Evidence terhadap Customer Satisfaction	30
2.3.5 Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty	30
2.4 Model Penelitian.....	31
2.5 Bagan Alur Berpikir	31
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Jenis Penelitian dan Jenis Data.....	35
3.1.1 Jenis Penelitian	35
3.1.2 Jenis Data.....	36
3.2 Populasi dan Sampel	36
3.2.1 Populasi	36
3.2.2 Sampel	37
3.3 Metode Pengumpulan Data	38
3.5 Metode Analisis Data	44
3.5.1 Uji Reabilitas	57
BAB IV 58	
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Gambaran Umum IndiHome di Indonesia	58
4.2 Analisis Data	60
4.2.1 Statistik Deskriptif.....	60
4.2.1.1 Karakteristik Responden.....	60
4.2.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia	61
4.2.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
4.2.1.4 Tanggapan Responden.....	63
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel	74
4.2.2.1 Penjelasan Responden terhadap Internet Service	74

4.2.2.2 Penjelasan Responden terhadap Price	78
4.2.2.3 Penjelasan Responden terhadap Employees	80
4.2.2.4 Penjelasan Responden terhadap Physical Evidence	83
4.2.2.5 Penjelasan Responden terhadap Customer Satisfaction	86
4.2.2.6 Penjelasan Responden terhadap Customer Loyalty.....	88
4.2.3 Hasil Pengujian Kualitas Data	90
4.2.3.1 Evaluasi Normalitas Data	93
4.2.3.2 Evaluasi Outliers.....	93
4.2.3.1.1 Univariate Outliers.....	93
4.2.3.1.2 Multivariate Outliers.....	97
4.2.3.3 Evaluasi Multicollinearity dan Singularity	100
4.2.3.4 Analisis Faktor Konfirmatory.....	100
4.2.3.4.1 Analisis Faktor Konfirmatory Variabel Eksogen	101
4.2.3.4.2 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Endogen.....	104
4.2.3.5 Analisis Full Structural Equation Modelling.....	106
4.2.3.6 Uji Reabilitas	109
4.2.4 Pengujian Hipotesis Penelitian	112
4.2.4.1 Pengujian Hipotesis 1 (H1).....	113
4.2.4.2 Pengujian Hipotesis 2	114
4.2.4.3 Pengujian Hipotesis 3	114
4.2.4.4 Pengujian Hipotesis 4	115
4.2.4.5 Pengujian Hipotesis 5	115
4.3 Pembahasan	116
4.3.1 Hubungan Kausal Antar Variabel.....	116

4.3.1.1 Hubungan Kausal Customer Satisfaction dengan Customer Loyalty	116
4.3.1.2 Hubungan Kausal Employees dan Customer Satisfaction.....	117
4.3.1.3 Hubungan Kausal Prices dan Customer Satisfaction.....	119
4.3.1.4 Hubungan Kausal Physical Evidence dan Customer Satisfaction	120
4.3.1.5 Hubungan Kausal Internet Service dan Customer Satisfaction..	121
4.3.2 Analisis Indikator Terpenting dan Indikator Terbaik	122
4.3.2.1 Indikator Internet Service	122
4.3.2.2 Indikator Prices	126
4.3.2.3 Indikator Employees	128
4.3.2.4 Indikator Physical Evidence	131
4.3.2.5 Indikator Customer Satisfaction	133
4.3.2.6 Indikator Customer Loyalty.....	135
BAB V	137
KESIMPULAN	137
5.1 Ringkasan Penelitian	137
5.2 Kesimpulan.....	139
5.2.1 Kesimpulan Atas Hipotesis	139
5.2.1.1 Pengaruh Internet Service terhadap Customer Satisfaction	139
5.2.1.2 Pengaruh Prices terhadap Customer Satisfaction	140
5.2.1.3 Pengaruh Employees terhadap Customer Satisfaction	141
5.2.1.4 Pengaruh Physical Evidence terhadap Customer Satisfaction ...	142
5.2.1.5 Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty	143
5.2.2 Kesimpulan Atas Masalah Penelitian	143
5.3 Implikasi.....	145
5.3.1 Implikasi Teoritis.....	145

5.3.2 Implikasi Manajerial.....	146
5.4 Rekomendasi	148
Daftar Pustaka	150



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Jumlah Pengguna ISP pada tahun 2021.....	9
Tabel 2.1 Hasil dari penelitian	28
Tabel 3.1 Desain Inti Kuesioner.....	40
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	43
Tabel 3.3 Keterangan Dimensi Konstruk.....	47
Tabel 3.4 Keterangan Hubungan Konstruk.....	49
Tabel 3.5 Hasil Konversi ke Dalam Persamaan.....	50
Tabel 3.6 Index Pengujian Kelayakan pada Sebuah Model.....	56
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Usia.....	61
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Tabel 4. 3 Derajat Penilaian Setiap Variabel	64
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Terhadap Customer Loyalty	64
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Terhadap Customer Satisfaction.....	66
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap Internet Service.....	68
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Terhadap Prices	70
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Terhadap Employees	71
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Terhadap Physical Evidence.....	73
Tabel 4. 10 Distribusi jawaban responden terhadap variabel Internet Service	75
Tabel 4. 11 Distribusi Jawaban Responden terhadap Price	78
Tabel 4. 12 Distribusi Jawaban Responden terhadap Employees.....	81
Tabel 4. 13 Distribusi Jawaban Responden terhadap Physical Evidence	84
Tabel 4. 14 Distribusi Jawaban Responden terhadap Customer Satisfaction	86
Tabel 4. 15 Distribusi Jawaban Responden terhadap Customer Loyalty.....	88
Tabel 4. 16 Goodness of Fit Index	92
Tabel 4. 17 Uji Normalitas Data	94
Tabel 4. 18 Statistik Deskriptif Z-Score.....	95
Tabel 4. 19 Mahalanobis Distance	97
Tabel 4. 20 Uji Bobot dan Nilai Internet Service, Prices, Employees, Physical Evidence.	103
Tabel 4. 21 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Relationship Quality dan Costumer Loyalty.....	105
Tabel 4. 22 Index Pengujian Kelayakan.....	107
Tabel 4. 23 Regression Weights Full Structural Equation Model.....	107
Tabel 4. 24 Hasil Perhitungan Uji Construct Reliability	110
Tabel 4. 25 Keterangan Pengujian Hipotesis	113
Tabel 4. 26 Perbandingan Indikator Terpenting dan Terbaik IS.....	122
Tabel 4. 27 Perbandingan Indikator Terpenting dan Terbaik P	126

Tabel 4. 28 Perbandingan Indikator Terpenting dan Terbaik E.....	128
Tabel 4. 29 Perbandingan Indikator Terpenting dan Terbaik PE.....	131
Tabel 4. 30 Perbandingan Indikator Terpenting dan Terbaik CS	133
Tabel 4. 31 Perbandingan Indikator Terpenting dan Terbaik CL	135
Tabel 5. 1 Implikasi Teoritis	145
Tabel 5. 2 Implikasi Manajerial	147



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Logo IndiHome	8
Gambar 1. 2 Hasil Speedtest Internet Indihome	10
Gambar 1. 3 Biaya Langganan IndiHome.....	10
Gambar 1. 4 Teknisi Indihome melakukan perawatan jaringan.....	11
Gambar 1. 5 Router Indihome.....	12
Gambar 1. 6 Respon positif pengguna Indihome	13
Gambar 1. 7 Acara gathering yang diadakan oleh Indihome	14
Gambar 2. 1 Model Peneitian.....	31
Gambar 3. 1 Diagram Alur Kerangka Pemikiran Teoritis	46
Gambar 4. 1 Responden Berdasarkan Usia.....	61
Gambar 4. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Gambar 4. 3 Confirmatory Analysis Eksogenous Variabel	102
Gambar 4. 4 Confirmatory Customer Satisfaction dan Customer Loyalty	104
Gambar 4. 5 Full Structural Equation Model.....	106

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: KUESIONER	155
LAMPIRAN B : HASIL JAWABAN RESPONDEN	158
LAMPIRAN C : Hasil Uji Statistik.....	162
LAMPIRAN D : HASIL PENGUJIAN STRUCTURAL EQUATION MODEL	176
LAMPIRAN E : HASIL TURNITIN.....	195

