

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	i
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah.....	10
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Tujuan penelitian.....	12
1.5 Manfaat Penelitian.....	13
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	13
1.5.2 Manfaat Praktis.....	13
1.6 Sistematika Penulisan.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	16
2.1 Landasan Teori	16
2.1.1 <i>Customer Loyalty</i>	16
2.1.2 <i>Customer Satisfaction</i>	18
2.1.3 <i>Product Quality</i>	20
2.1.4 <i>Service Quality</i>	23
2.1.5 <i>Corporate Image</i>	25

2.2 Penelitian Terdahulu.....	26
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	29
2.3.1 Pengaruh <i>Quality Product</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> dan <i>Customer loyalty</i>	29
2.3.2 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> dan <i>Customer loyalty</i>	31
2.3.3 Pengaruh <i>Corporate Image</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> dan <i>Customer loyalty</i>	32
2.3.3 Pengaruh <i>Customer satisfction</i> terhadap <i>Customer loyalty</i>	34
2.4 Kerangka Berpikir	35
2.5 Bagan Alur Berpikir	36
BAB III 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	44
3.5 Metode Analisis Data	45
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1 Gambaran Umum	57
4.2 Analisis Data	57
4.2.1 Statistik Deskriptif.....	57
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel	68
4.2.3 Uji Validitas	75
4.2.4 Uji <i>Reliability</i>	76
4.2.5 Pengujian Asumsi Klasik Regresi	77
4.2.6 Analisis Full Structural Equation Modeling	85
4.2.7 Pengujian Hipotesis	87

4.3 Pembahasan	89
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI	105
5.1 Kesimpulan.....	105
5.1.1 Kesimpulan Hipotesis.....	106
5.1.1.1 Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	106
5.1.1.2 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	107
5.1.1.3 Pengaruh <i>Corporate Image</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	107
5.1.1.4 Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	108
5.1.1.5 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	109
5.1.1.6 Pengaruh <i>Corporate Image</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	110
5.1.1.6 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	111
5.2 Rekomendasi	112
5.2.1 Implikasi Teori	112
5.2.2 Implikasi Manajerial.....	113
5.2.3 Rekomendasi untuk Penelitian Selanjutnya.....	121
DAFTAR PUSTAKA.....	122

DAFTAR GAMBAR

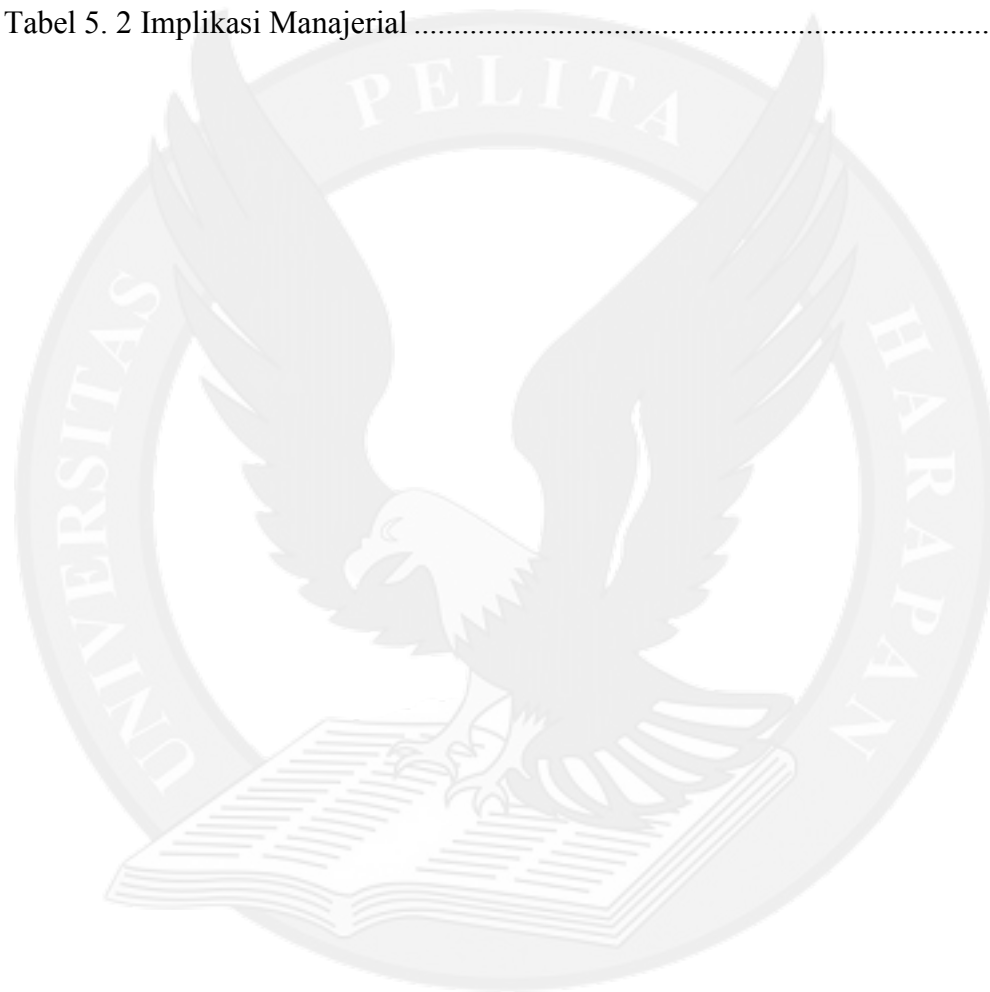
Gambar 3. 1 Diagram Alur Kerangka Pemikiran Teoritis	49
Gambar 4. 1 Diagram Pie responden berdasarkan usia.....	58
Gambar 4. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Pelanggan.....	4
Tabel 3. 1 Desain Inti Kuesioner.....	43
Tabel 3. 2 Operasional Variabel.....	44
Tabel 3. 3Keterangan Indikator Konstruk.....	48
Tabel 3. 4 Keterangan Indikator Konstruk.....	49
Tabel 3. 5 Hasil Konversi ke dalam Persamaan Model Pengukuran Konstruk Eksogen dan Endogen	50
Tabel 3. 6 Indeks Pengujian Kelayakan Sebuah Model (Goodness of Fit Index) .	55
Tabel 4. 1 Derajat Penilaian Setiap Variabel	60
Tabel 4. 2 Tanggapan Responden terhadap <i>Product Quality</i>	61
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden terhadap <i>Service Quality</i>	62
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden terhadap <i>Corporate Image</i>	64
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	65
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Loyalty</i>	67
Tabel 4. 7 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Product Quality</i>	68
Tabel 4. 8 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Service Quality</i>	69
Tabel 4. 9 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Corporate Image</i> ...	71
Tabel 4. 10 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	73
Tabel 4. 11 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Customer loyalty</i> .	74
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas	76
Tabel 4. 13 Uji Reliabilitas	77
Tabel 4. 14 Uji Kolmogorov Smirnov (K-S)	79
Tabel 4. 15 Evaluasi Outliers Observations farthest from the centroid (Mahalanobis distance)	80
Tabel 4. 16 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading.....	84
Tabel 4. 17 Index Pengujian Kelayakan.....	86
Tabel 4. 18 Regression Weight Full Structural Equation Model	87
Tabel 4. 19 Pengujian Hipotesis.....	88

Tabel 4. 20 Hasil Uji Validitas dan Mean <i>Customer Satisfaction</i>	95
Tabel 4. 21 Hasil Uji Validitas dan Mean <i>Customer Loyalty</i>	97
Tabel 4. 22 Hasil Uji Validitas dan Mean <i>Service Quality</i>	98
Tabel 4. 23 Hasil Uji Validitas dan Mean <i>Corporate Reputation</i>	101
Tabel 4. 24 Hasil Uji Validitas dan Mean <i>Product Quality</i>	102
Tabel 5. 1 Implikasi Teori.....	112
Tabel 5. 2 Implikasi Manajerial	118



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuesioner Penelitian	A-1
Lampiran B Tabulasi Responden	B-1
Lampiran C Output Amos SPSS.....	C-1
Lampiran D Laporan Turnitin	D-1

