

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah	6
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.6 Sistematika Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 <i>Customer Loyalty</i>	10
2.1.2 <i>Customer Satisfaction</i>	11
2.1.3 <i>Functional Value</i>	12
2.1.4 <i>Emotional Value</i>	13
2.1.5 <i>Social Value</i>	14
2.1.6. <i>Symbolic Value</i>	15
2.2 Penelitian Terdahulu	16
2.3 Pengembangan Hipotesis	19
2.3.1 Pengaruh <i>Functional Value</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	19
2.3.2 Pengaruh <i>Emotional Value</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	19
2.3.3 Pengaruh <i>Social Value</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	20
2.3.4 Pengaruh <i>Symbolic Value</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	21
2.3.5 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	22
2.4 Model Penelitian	23
2.5 Bagan Alur Berpikir	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1 Jenis Penelitian dan Jenis Data	25
3.1.1 Jenis Penelitian	25
3.1.2. Jenis Data	26
3.2 Populasi dan Sampel	26
3.2.1 Populasi	26
3.2.2 Sampel	27
3.3 Metode Pengumpulan Data	28

3.4	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	30
3.5	Metode Analisis Data	31
3.5.1	Pengolahan Data	31
3.5.2	Pengujian Hipotesis.....	32
3.5.3	Analisis Linear Regresi Sederhana (<i>Simple Regression</i>).....	37
3.5.4	Analisis Linear Regresi Berganda (<i>Multiple Regression</i>).....	38
3.5.5	Koefisien Korelasi (R).....	39
3.5.6	Koefisien Determinasi (R ²).....	40
3.5.7	Uji- F.....	41
3.5.8	Uji-t.....	41
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		43
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	43
4.2	Analisis Data	45
4.2.1	Analisis Data Responden	46
4.2.2	Analisis Nilai Rata-Rata Jawaban Responden	48
4.2.3	Pengujian Data	60
4.3	Analisis Kausalitas	73
4.3.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	73
4.3.2	Analisis Regresi Linear Sederhana	77
4.3.3	Model Penelitian Keseluruhan	79
4.4	Pengujian Hipotesis	81
4.4.1	Uji F (Pengujian Simultan)	81
4.4.2	Uji t (Uji Parsial).....	82
4.5	Pembahasan	84
BAB V PENUTUP.....		96
5.1	Simpulan.....	96
5.1.1	Simpulan Atas Hipotesis.....	96
5.1.2	Simpulan Atas Masalah Penelitian	98
5.2	Implikasi.....	99
5.2.1	Implikasi Teoritis	99
5.2.1	Implikasi Manajerial	100
5.3	Rekomendasi	101
DAFTAR PUSTAKA		103
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....		105

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Desain Inti Kuesioner	29
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	30
Tabel 3.3 Ketentuan Ukuran Koefisien Korelasi	40
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4.2 Presentase Usia Responden.....	47
Tabel 4.3 Interval Nilai Rata-Rata Tanggapan Responden.....	49
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Variabel <i>Functional Value</i>	49
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel <i>Emotional Value</i>	51
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel <i>Social Value</i>	53
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel <i>Symbolic Value</i>	55
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	57
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i>	59
Tabel 4.10 Uji Validitas Variabel <i>Functional Value</i>	61
Tabel 4.11 Uji Validitas Variabel <i>Emotional Value</i>	61
Tabel 4.12 Uji Validitas Variabel <i>Social Value</i>	62
Tabel 4.13 Uji Validitas Variabel <i>Symbolic Value</i>	62
Tabel 4.14 Uji Validitas Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	62
Tabel 4.15 Uji Validitas Variabel <i>Customer Loyalty</i>	63
Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas.....	64
Tabel 4.17 Uji Normalitas Menggunakan <i>One-Saple Kolmogorov-Smirnov Test</i> (Variabel Dependen: <i>Customer Satisfaction</i>)	66
Tabel 4.18 Uji Normalitas Menggunakan <i>One-Saple Kolmogorov-Smirnov Test</i> (Variabel Dependen: <i>Customer Loyalty</i>)	68
Tabel 4.19 Uji Multikolinearitas	69
Tabel 4.20 Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Pengujian <i>Rank Spearman</i>	70
Tabel 4.21 Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Pengujian <i>Rank Spearman</i>	72
Tabel 4.22 Uji Linearitas Variabel Bebas terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	72
Tabel 4.23 Uji Linieritas Variabel <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	73
Tabel 4.24 Hasil Interpretasi dari Uji Koefisien Korelasi	75
Tabel 4.25 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Regresi Linear Berganda	76
Tabel 4.26 Hasil Interpretasi dari Uji Koefisien Korelasi	78
Tabel 4.27 Tabel Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Regresi Linear Sederhana	79
Tabel 4.28 Hasil Uji F.....	81
Tabel 4.29 Hasil Uji t.....	83
Tabel 4.30 Perbandingan Indikator Terpenting dan Indikator Terbaik <i>Customer Loyalty</i>	90
Tabel 4.31 Perbandingan Indikator Terpenting dan Indikator Terbaik <i>Customer Satisfaction</i>	91
Tabel 4.32 Perbandingan Indikator Terpenting dan Indikator Terbaik <i>Functional Value</i>	92

Tabel 4.33 Perbandingan Indikator Terpenting dan Indikator Terbaik <i>Emotional Value</i>	93
Tabel 4.34 Perbandingan Indikator Terpenting dan Indikator Terbaik <i>Social Value</i>	94
Tabel 4.35 Perbandingan Indikator Terpenting dan Indikator Terbaik <i>Symbolic Value</i>	95
Tabel 5.1 Tabel Implikasi Teoritis	99
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penguasa Pasar <i>Smartphone</i> Global.....	2
Gambar 2.1 Model Penelitian	23
Gambar 2.2 Alur Berpikir	24
Gambar 4.1 Logo Apple	43
Gambar 4.2 Jenis Iphone 12.....	45
Gambar 4.3 Grafik Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Gambar 4.4 Grafik Berdasarkan Usia.....	47
Gambar 4.5 Grafik Berdasarkan Pekerjaan	48
Gambar 4.6 <i>Normal Probability Plot</i> (Variabel Dependen: <i>Customer Satisfaction</i>)	65
Gambar 4.7 <i>Normal Probability Plot</i> (Variabel Dependen: <i>Customer Loyalty</i>) ..	67
Gambar 4.8 Scatter Plot Uji Heteroskedastisitas Regresi Linear Berganda	70
Gambar 4.9 Scatter Plot Uji Heteroskedastisitas Regresi Linear Sederhana.....	71
Gambar 4.10 Model Regresi Keseluruhan (Hasil).....	79