

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR | ii |
| PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR | iii |
| PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR | iv |
| ABSTRAK | v |
| ABSTRACT | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| BAB 1 PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 1 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 7 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 8 |
| 1.5 Struktur Penulisan | 8 |
| BAB 2 LANDASAN TEORI | 10 |
| 2.1 Variabel | 10 |
| 2.1.1 <i>Loyalty</i> | 10 |
| 2.1.2 <i>Brand Image</i> | 11 |
| 2.1.3 <i>Trust</i> | 13 |
| 2.1.4 <i>Price Fairness</i> | 14 |

| | |
|---|----|
| 2.1.5 <i>Service Quality</i> | 14 |
| 2.1.6 <i>Satisfaction</i> | 17 |
| 2.2 Hubungan Antar Variabel | 19 |
| 2.2.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> dan <i>Loyalty</i> | 19 |
| 2.2.2 Pengaruh <i>Trust</i> dan <i>Loyalty</i> | 20 |
| 2.2.3 Pengaruh <i>Service Quality</i> dan <i>Loyalty</i> | 21 |
| 2.2.4 Pengaruh <i>Price fairness</i> dan <i>Loyalty</i> | 21 |
| 2.2.5 Pengaruh <i>Satisfaction</i> dan <i>Loyalty</i> | 22 |
| 2.2.6 Pengaruh <i>Brand Image</i> dan <i>Satisfaction</i> | 23 |
| 2.2.7 Pengaruh <i>Trust</i> dan <i>Satisfaction</i> | 23 |
| 2.2.8 Pengaruh <i>Service Quality</i> dan <i>Satisfaction</i> | 24 |
| 2.2.9 Pengaruh <i>Price fairness</i> dan <i>Satisfaction</i> | 25 |
| 2.2.10 Pengaruh <i>Brand Image, Trust, Service Quality</i> dan <i>Price Fairness</i> Terhadap <i>Airline Loyalty</i> Melalui <i>Satisfaction</i> | 26 |
| 2.3 Model Penelitian | 27 |
| BAB 3 METODE PENELITIAN | 29 |
| 3.1 Obyek Penelitian | 29 |
| 3.2 Unit Analisis..... | 29 |
| 3.3 Tipe Penelitian..... | 30 |
| 3.4 Operasionalisasi Variabel Penelitian..... | 30 |
| 3.5 Populasi dan Sampel | 35 |
| 3.6 Metode Pengumpulan Data | 36 |
| 3.7 Metode Analisis Data | 37 |
| 3.7.1 <i>Outer Model</i> | 37 |

| | |
|---|----|
| 3.7.2 <i>Inner Model</i> | 39 |
| 3.8 <i>Pretest</i> | 41 |
| 3.8.1 Validitas Konvergen..... | 41 |
| 3.8.2 Validitas Diskriminan | 43 |
| 3.8.3 Reliabilitas..... | 44 |
| BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN | 45 |
| 4.1 Profil Responden | 45 |
| 4.1.1 Berdasarkan Gender | 45 |
| 4.1.2 Berdasarkan Usia..... | 45 |
| 4.1.3 Berdasarkan Pekerjaan | 46 |
| 4.1.4 Berdasarkan Penghasilan..... | 47 |
| 4.1.5 Berdasarkan Frekuensi Menggunakan Citilink | 47 |
| 4.2 Statistik Deskriptif..... | 48 |
| 4.2.1 Statistik Deskriptif <i>Airline loyalty</i> | 48 |
| 4.2.2 Statistik Deskriptif <i>Brand Image</i> | 49 |
| 4.2.3 Statistik Deskriptif <i>Trust</i> | 49 |
| 4.2.4 Statistik Deskriptif <i>Price Fairness</i> | 50 |
| 4.2.5 Statistik Deskriptif <i>Service Quality</i> | 50 |
| 4.2.6 Statistik Deskriptif <i>Satisfaction</i> | 52 |
| 4.3 <i>Outer Model</i> | 53 |
| 4.3.1 Validitas Konvergen..... | 53 |
| 4.3.2 Validitas Diskriminan | 55 |
| 4.3.3 Reliabilitas..... | 56 |
| 4.4 <i>Inner Model</i> | 56 |

| | |
|---|----|
| 4.4.1 Pengujian R Square | 58 |
| 4.4.2 Pengujian Hipotesis..... | 58 |
| 4.4.3 Hasil Uji Mediasi | 61 |
| 4.5 Analisa Important Performance Analysis | 62 |
| 4.6 Diskusi..... | 68 |
| 4.6.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Airline loyalty</i> | 68 |
| 4.6.2 Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Airline loyalty</i> | 70 |
| 4.6.3 Pengaruh <i>Satisfaction</i> terhadap <i>Airline loyalty</i> | 72 |
| 4.6.4 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Airline loyalty</i> | 71 |
| 4.6.5 Pengaruh <i>Price Fairness</i> terhadap <i>Airline loyalty</i> | 72 |
| 4.6.6 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Satisfaction</i> | 72 |
| 4.6.7 Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Satisfaction</i> | 74 |
| 4.6.8 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Satisfaction</i> | 75 |
| 4.6.9 Pengaruh <i>Price Fairness</i> terhadap <i>Satisfaction</i> | 76 |
| 4.6.10 Pengaruh <i>Brand Image, Trust, Service Quality</i> dan <i>Price Fairness</i> Terhadap <i>Airline Loyalty</i> Melalui <i>Satisfaction</i> | 76 |
| BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN | 78 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 78 |
| 5.2 Implikasi Manajerial | 81 |
| 5.3 Keterbatasan dan Saran Penelitian Selanjutnya | 83 |
| DAFTAR PUSTAKA | 85 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 3.1 Definisi Konsep dan Definisi Operasionalisasi Variabel..... | 31 |
| Tabel 3.2 Hasil Pengujian Validitas Konvergen..... | 41 |
| Tabel 3.3 Hasil Pengujian AVE..... | 42 |
| Tabel 3.4 Hasil Pengujian Validitas Diskriminan..... | 43 |
| Tabel 3.5 Hasil Pengujian Reliabilitas..... | 44 |
| Tabel 4.1 Profil responden Berdasarkan Gender..... | 45 |
| Tabel 4.2 Profil responden Berdasarkan Usia..... | 46 |
| Tabel 4.3 Profil responden Berdasarkan Pekerjaan..... | 46 |
| Tabel 4.4 Profil responden Berdasarkan Penghasilan..... | 47 |
| Tabel 4.5 Profil responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan Citilink..... | 48 |
| Tabel 4.6 Statistik Deskriptif <i>Airline loyalty</i> | 48 |
| Tabel 4.7 Statistik Deskriptif <i>Brand Image</i> | 49 |
| Tabel 4.8 Statistik Deskriptif <i>Trust</i> | 50 |
| Tabel 4.9 Statistik Deskriptif <i>Price Fairness</i> | 52 |
| Tabel 4.10 Statistik Deskriptif <i>Service Quality</i> | 50 |
| Tabel 4.11 Statistik Deskriptif <i>Satisfaction</i> | 52 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Konvergen..... | 53 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Diskriminan..... | 55 |
| Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas..... | 56 |
| Tabel 4.15 Hasil Uji R Square..... | 58 |
| Tabel 4.16 Hasil Uji Hipotesis..... | 59 |
| Tabel 4.17 Hasil Uji Mediasi..... | 61 |
| Tabel 4.18 Hasil Uji IPMA Variabel..... | 62 |
| Tabel 4.19 Hasil Uji IPMA Indikator..... | 65 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 2.1 Model Penelitian | 28 |
| Gambar 4.1 Hasil Uji <i>Inner Model</i> | 57 |
| Gambar 4.2 Hasil IPMA Konstruk..... | 63 |
| Gambar 4.3 Hasil IPMA Indikator..... | 66 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|-----------------------------------|-----|
| Lampiran A : Kuesioner..... | A-1 |
| Lampiran B : Hasil Olah Data..... | B-1 |
| Lampiran C : Turnitin | C-1 |

