

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL.....	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR	Error! Bookmark not defined.
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Batasan Masalah.....	12
1.3. Rumusan Masalah	13
1.4. Tujuan Penelitian	13
1.5. Manfaat Penelitian	14
1.5.1. Manfaat Teoritis	14
1.5.2. Manfaat Praktis.....	14
1.6. Sistematika Penelitian	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	17

2.1.	Landasan Teori.....	17
2.1.1.	Pengalaman Pelanggan.....	17
2.1.2.	Loyalitas Pelanggan.....	19
2.1.3.	Pengalaman pelanggan	21
2.1.4.	Word of Mouth	28
2.2.	Penelitian Terdahulu	31
2.3.	Pengembangan Hipotesis	34
2.3.1.	Pengaruh Pengalaman Pelanggan terhadap Pengalaman pelanggan	34
2.3.2.	Pengaruh Pengalaman Pelanggan terhadap Loyalitas	34
2.3.3.	Pengaruh Pengalaman Pelanggan terhadap Perilaku Word of Mouth	35
2.3.4.	Pengaruh Pengalaman pelanggan terhadap Loyalitas	36
2.3.5.	Pengaruh Pengalaman pelanggan terhadap Perilaku Word of Mouth	37
2.4.	Model Penelitian	38
2.5.	Bagan Alur Berpikir.....	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		40
3.1.	Jenis Penelitian.....	40
3.2.	Populasi dan Sampel	41
3.2.1.	Populasi	41
3.2.2.	Sampel	41
3.3.	Metode Pengumpulan Data	43
3.3.1.	Jenis dan Sumber Data	43
3.3.2.	Teknik Pengumpulan Data	44

3.4.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	45
3.4.1.	Definisi Operasional.....	45
3.4.2.	Pengukuran Variabel	47
3.5.	Metode Analisis Data.....	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		52
4.1.	Profil Responden.....	52
4.2.	Analisis Deskriptif Responden.....	54
4.2.1.	Variabel Pengalaman Produk	55
4.2.2.	Variabel Fokus Hasil	57
4.2.3.	Variabel Loyalitas.....	58
4.2.4.	Variabel Kepuasan Pelanggan	60
4.2.5.	Variabel Perilaku Word of Mouth.....	62
4.3.	Analisis Inferensial.....	65
4.3.1.	Measurement Model (Outer Model).....	66
4.3.2.	Structural Model (Inner Model)	74
4.4.	Diskusi	86
BAB V PENUTUP		94
5.1.	Kesimpulan	94
5.2.	Implikasi Teoritis	95
DAFTAR PUSTAKA		99
LAMPIRAN		102

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Garage Auto Racing.....	6
Gambar 1. 2 Central Garage Instagram Feed.....	7
Gambar 1. 3 Palayanan perbaikan mobil di Central Garage.....	8
Gambar 1. 4 Bentuk layanan Central Garage.....	9
Gambar 1. 5 review positif pelanggan Central Garage	10
Gambar 1. 6 Kritik dan Saran pelanggan Central Garage.....	10
Gambar 1. 7 Tanggapan atas review pelanggan yang dilakukan oleh Staf Central Garage	11
Gambar 2. 1 Model Penelitian Klaus dan Maklan.....	33
Gambar 2. 2 Model Penelitian	38
Gambar 4. 2 <i>Outer</i> Model.....	67
Gambar 4. 3 <i>Inner</i> Model.....	75

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	45
Tabel 4. 1 Profil Demografi Responden.....	53
Tabel 4. 2 Kategori Jawaban.....	55
Tabel 4. 3 Deskripsi Variabel Pengalaman produk.....	56
Tabel 4. 4 Deskripsi Variabel Fokus Hasil	57
Tabel 4. 5 Deskripsi Variabel Pengalaman pelanggan.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel <i>Peace of Mind</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 7 Variabel Loyalitas	59
Tabel 4. 8 Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan	61
Tabel 4. 9 Deskripsi Variabel Perilaku WOM	62
Tabel 4. 10 Nilai <i>Outer Loading</i>	68
Tabel 4. 11 Nilai Construct Reliability	70
Tabel 4. 12 Nilai <i>Average Variance Extracted</i>	72
Tabel 4. 13 Konstruk HT MT	73
Tabel 4. 15 Nilai <i>Inner Variance Inflation Factor</i>	77
Tabel 4. 16 Nilai <i>R-Squared</i>	78
Tabel 4. 17 Nilai <i>f Squared</i>	80
Tabel 4. 18 Nilai <i>Q-Squared</i>	82
Tabel 4. 19 Hasil Uji Hipotesis	84

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Hasil Uji Outer Model Smart PLS.....	102
Lampiran 2 Hasil Uji Inner Model Smart PLS	107

