

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
PERSETUJUAN TIM PUBLIKASI TUGAS AKHIR	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang Penelitian	1
I.2. Pertanyaan Penelitian	10
I.3. Tujuan Penelitian	11
I.4. Manfaat Penelitian	12
I.5. Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1. Service Quality	15
2.2. Social Experience	19
2.4. Price Fairness.....	22
2.5. Customer Satisfaction.....	25
2.6. Customer Loyalty	26
2.7. Hipotesis	29
2.8. Model Penelitian.....	38
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1. Objek Penelitian	41
3.2. Subjek Penelitian	43
3.3. Unit Analisis.....	43
3.4. Tipe Penelitian.....	44

3.5. Pengukuran Variabel Penelitian	45
3.6. Populasi dan Sampel.....	53
3.7. Metode Pengumpulan Data	54
3.8. Metode Analisis Data	55
3.9. Uji Studi Pendahuluan.....	61
BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN	70
4.1. Hasil Penelitian.....	70
4.2. Analisis Deskriptif.....	73
4.3. Hasil Analisis Data	82
4.4. Pengujian Hipotesis	91
4.5. Analisis Importance-Performance	95
4.6. Pembahasan	101
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	110
5.1. Kesimpulan.....	110
5.2. Implikasi Manajerial.....	113
5.3. Implikasi Teoritis.....	114
5.4 Keterbatasan Penelitian dan Saran	115
DAFTAR PUSTAKA	118
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Tabel Definisi Konseptual dan Operasional Variabel.....	47
Tabel 3. 2 Tabel Hasil Pretest Indikator Validitas	61
Tabel 3. 3 Hasil Convergent Validity	66
Tabel 3. 4 Nilai Pretest Discriminant Validity dengan HTMT	68
Tabel 3. 5 Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	69
Tabel 4. 1 Profil Demografi Responden.....	70
Tabel 4. 2 Skala Likert Penelitian	74
Tabel 4. 3 Analisis deskriptif variable service quality	74
Tabel 4. 4 Analisis deskriptif variabel social experience.....	77
Tabel 4. 5 Analisis deskriptif variabel price fairness	78
Tabel 4. 6 Analisis deskriptif variabel customer satisfaction	79
Tabel 4. 7 Analisis deskriptif variable customer loyalty.....	81
Tabel 4. 8 Pengujian validitas berdasarkan Outer Loading (First Order)	83
Tabel 4. 9 Pengujian validitas berdasarkan AVE (First Order)	85
Tabel 4. 10 Pengujian validitas diskriminan (discriminant validity)	86
Tabel 4. 11 Pengujian validitas berdasarkan Outer Loading dan AVE	87
Tabel 4. 12 Pengujian reliabilitas berdasarkan CR dan CA (First Order).....	88
Tabel 4. 13 Pengujian reliabilitas berdasarkan CR dan CA (Second Order)	88
Tabel 4. 14 Nilai R-square (R2)	90
Tabel 4. 15 Tabel 4.15 Nilai Q-square (Q2)	91
Tabel 4. 16 Uji Hipotesis	92
Tabel 4. 17 Nilai importance dan performance konstruk variabel.....	96
Tabel 4. 18 Nilai importance dan performance konstruk indikator	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Nilai importance dan performance konstruk indikator	2
Gambar 1. 2 10 Negara Produksi Kopi Robusta Terbesar di Dunia	3
Gambar 2. 1 Model penelitian.....	40
Gambar 4. 1 Pengujian validitas berdasarkan Outer Loading.....	85
Gambar 4. 2 Hasil IPMA Konstruk Variabel.....	97
Gambar 4. 3 Hasil IPMA Konstruk Indikator.....	100



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Kuesioner.....	A-1
Lampiran B. Outer Loading.....	B-1
Lampiran C. Uji Validitas Outer Loading.....	C-1
Lampiran D. Uji Validitas AVE, CR, CA.....	D-1
Lampiran E. Uji Validitas Diskriminan: HTMT.....	E-1
Lampiran F. Outer Loading dan AVE, CR, CA (Second Order).....	F-1
Lampiran G. Path Coefficient.....	G-1
Lampiran H. R-Square.....	H-1
Lampiran I. Q-Square.....	I-1
Lampiran J. Hasil Turnitin.....	J-1
Lampiran K. Jurnal Acuan Utama.....	K-1

