

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	i
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	10
1.3.1 Tujuan Penelitian	10
1.3.2 Manfaat Penelitian	11
1.4 Sistematika Penulisan	11
BAB II TELAAH PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Loyalitas Pelanggan	14
2.1.2 Kepuasan Pelanggan	16
2.1.3 Kepercayaan Pelanggan	18
2.1.4 Citra Merek	20
2.1.5 Pemulihan Layanan.....	21
2.2 Penelitian Terdahulu.....	24
2.3 Hubungan Variabel.....	26

2.3.1	Pengaruh Pemulihan Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	26
2.3.2	Pengaruh Pemulihan Layanan Terhadap Kepercayaan Pelanggan ..	27
2.3.3	Pengaruh Pemulihan Layanan Terhadap Citra Merek	28
2.3.4	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	28
2.3.5	Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan .	29
2.3.6	Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	30
2.4	Kerangka Pemikiran Teoritis	31
BAB III METODE PENELITIAN.....		33
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	33
3.1.1	Variabel Penelitian	33
3.1.2	Definisi Operasional Variabel dan Indikator Pengukuran	34
3.2	Populasi dan Sampel	36
3.3	Jenis dan Sumber Data	37
3.4	Metode Pengumpulan Data	38
3.5	Skala Pengukuran Data	38
3.6	Teknik Analisis Data.....	39
3.6.1	<i>Confirmatory Factor Analysis</i>	39
3.6.1.1	Uji Validitas	39
3.6.1.2	Uji Reliabilitas.....	40
3.6.2	Pengujian Model Struktural	41
3.6.2.1	Pengujian Normalitas.....	41
3.6.2.2	Perancangan Model Struktural	41
3.6.3	Pengujian Hipotesis.....	41
3.6.4	Pengukuran <i>Overall Fit</i>	41
BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....		43
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	43
4.1.1	Persebaran Responden Menurut Jenis Kelamin.....	43
4.1.2	Persebaran Responden Menurut Usia	44
4.1.3	Persebaran Responden Menurut Lama Menggunakan Traveloka	44

4.2 Analisis Data	45
4.2.1 <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	45
4.2.2 Hasil Uji Normalitas	54
4.2.3 Hasil <i>Structural Equation Modelling</i>	58
4.2.4 Hasil Pengujian Hipotesis	60
4.2.4.1 Pengaruh Pemulihan Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	60
4.2.4.2 Pengaruh Pemulihan Layanan Terhadap Kepercayaan Pelanggan	61
4.2.4.3 Pengaruh Pemulihan Layanan Terhadap Citra Merek	61
4.2.4.4 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	61
4.2.4.5 Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	62
4.2.4.6 Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan	62
4.2.5 Koefisien Determinasi	62
4.2.6 Pengujian <i>Fit Model</i>	63
4.2.7 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	64
4.3 Interpretasi Hasil	65
4.3.1 Pengaruh Pemulihan Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	66
4.3.2 Pengaruh Pemulihan Layanan Terhadap Kepercayaan Pelanggan	66
4.3.3 Pengaruh Pemulihan Layanan Terhadap Citra Merek	67
4.3.4 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	68
4.3.5 Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	69
4.3.6 Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan	69
4.3.7 Jalur Pemulihan Layanan Terhadap Citra Merek dan Dampaknya pada Loyalitas Pelanggan	70
BAB V PENUTUP	72
5.1 Simpulan	72
5.1.1 Simpulan Hipotesis Penelitian	72
5.1.2 Simpulan Masalah Penelitian	73
5.2 Implikasi Teoritis	73
5.3 Implikasi Manajerial	74

5.4 Keterbatasan Penelitian.....	75
5.5 Agenda Penelitian Mendatang	75
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN.....	81