

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Pertanyaan Penelitian	8
1.4. Tujuan Penelitian.....	9
1.5. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TELAAH PUSTAKA	12
2.1. Landasan Teori	12
2.1.1. The Theory Of Planned Behavior	12
2.1.2. Manajemen hubungan pelanggan	15
2.1.3. Reputasi Perusahaan	18
2.1.4. Kepuasan pelanggan	19
2.1.5. Retensi pelanggan	21
2.2. Hubungan antar Variabel	23
2.2.1. Pengaruh Variabel Manajemen hubungan pelanggan terhadap Retensi pelanggan	23
2.2.2. Pengaruh Variabel Reputasi Perusahaan terhadap Retensi pelanggan	24
2.2.3. Pengaruh Variabel Kepuasan pelanggan terhadap Retensi pelanggan	25
2.2.4. Pengaruh Variabel Manajemen hubungan pelanggan terhadap Kepuasan pelanggan	26
2.2.5. Pengaruh Variabel Reputasi Perusahaan terhadap Kepuasan pelanggan	27
2.3. Penelitian Terdahulu	27
2.4. Kerangka Pemikiran	31
2.5. Hipotesis	32
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.....	34
3.2. Populasi dan Sampel.....	35

3.2.1.	Populasi.....	35
3.2.2.	Sampel.....	35
3.3.	Jenis dan Sumber Data	37
3.3.1.	Jenis Data	37
3.3.2.	Sumber Data.....	37
3.4.	Metode Pengumpulan Data	38
3.4.1.	Kuesioner	38
3.4.2.	Studi Pustaka.....	39
3.5.	Metode Analisis.....	39
3.5.1.	Analisis Statistik Deskriptif	39
3.5.2.	Validitas & Reliabilitas.....	40
3.5.3.	Normalitas.....	41
3.5.4.	Regresi	42
3.6.	Metode Pengujian Hipotesis	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		44
4.1.	Gambaran Karakteristik Responden.....	44
4.2.	Hasil Analisis Deskriptif	46
4.2.1.	Deskripsi Variabel Penelitian	46
4.2.1.1.	Variabel Manajemen hubungan pelanggan.....	46
4.2.1.2.	Variabel Reputasi Perusahaan.....	47
4.2.1.3.	Variabel Kepuasan pelanggan.....	48
4.2.1.4.	Variabel Retensi pelanggan.....	49
4.3.	Hasil Analisis SEM	50
4.3.1.	Analisis Faktor Konfirmatori (Confirmatory Factor Analysis)	51
4.3.1.1.	CFA Kontruk Manajemen hubungan pelanggan.....	51
4.3.1.2.	CFA Kontruk Reputasi Perusahaan	53
4.3.1.3.	CFA Kontruk Kepuasan pelanggan	55
4.3.1.4.	CFA Kontruk Retensi pelanggan	56
4.3.1.5.	CFA Kontruk Eksogen	58
4.4.1.1.	Evaluasi atas Multicollinearity dan Singularity	60
4.3.1.6.	CFA Kontruk Endogen	60
4.4.	Analisis Full Model SEM.....	62
4.4.1.	Pengujian Asumsi SEM.....	62
4.4.1.2.	Normalitas Data	62
4.4.1.3.	Evaluasi atas Outliers.....	64
4.4.1.4.	Evaluasi atas nilai residual	66
4.4.1.5.	Reliabilitas atas Variance Extracted.....	67
4.4.1.6.	Evaluasi atas Kriteria Goodeness of Fit Model.....	69
4.4.2.	Pengujian Hipotesis	70
4.5.	Pembahasan	74
4.5.1.	Pengaruh Manajemen hubungan pelanggan Terhadap Retensi pelanggan 74	
4.5.2.	Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Retensi pelanggan.....	75

4.5.3.	Pengaruh Kepuasan pelanggan terhadap Retensi pelanggan	75
4.5.4.	Pengaruh Manajemen hubungan pelanggan terhadap Kepuasan pelanggan 76	
4.5.5.	Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Kepuasan pelanggan	77
4.5.6.	Analisis Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	77
4.5.7.	Efek Mediasi	78
BAB V PENUTUP		81
5.1.	Kesimpulan.....	81
5.2.	Implikasi Teoritis.....	83
5.3.	Implikasi Manajerial.....	84
5.4.	Keterbatasan Penelitian	87
5.5.	Saran Penelitian	88
DAFTAR PUSTAKA.....		89
Lampiran A.....		92
Lampiran B		97
Lampiran C		106