

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Kegunaan Penelitian	15
1.5 Sistematika Penelitian	16
BAB II TELAAH PUSTAKA	18
2.1 Teori Dasar	18
2.1.1 <i>Commitment Trust Theory</i>	18
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	20
2.1.3 Loyalitas Konsumen	23
2.1.4 Kepuasan Konsumen	29
2.1.5 Kualitas Layanan (<i>Service Quality</i>).....	35
2.1.6 Kepercayaan (<i>Trust</i>)	40
2.2 Hubungan Antar Variabel	45
2.3 Penelitian Terdahulu.....	48
2.4 Kerangka Penelitian	52
2.5 Hipotesis Penelitian	53

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	54
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	54
3.1.1 Variabel Penelitian.....	54
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	55
3.2 Populasi dan Sampel.....	57
3.2.1 Populasi.....	57
3.2.2 Sampel	57
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	60
3.3.1 Data Primer	61
3.3.2 Data Sekunder.....	61
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	61
3.4.1 Kuesioner	62
3.4.2 Studi Kepustakaan	63
3.5 Metode Analisis Data.....	63
3.5.1 Uji Instrumen	63
3.5.2 Metode Kuantatif	65
BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....	77
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian	77
4.1.1 Gambaran Umum JD.id	77
4.1.2 Gambaran Umum Responden Penelitian.....	77
4.2 Analisis Data.....	81
4.2.1 <i>Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i>	82
4.2.2 Analisis <i>Full Model</i> Persamaan <i>Structural Equation Modeling</i>	91
4.2.3 Uji Normalitas Data	93
4.2.4 <i>Multivariate Outliers</i>	94
4.2.5 Evaluasi Atas <i>Multikolinearitas</i> dan <i>Singularitas</i>	95
4.2.6 Evaluasi Nilai Residual.....	97
4.2.7 Uji Validitas	99
4.2.8 Uji Reliabilitas	100
4.2.9 Analisis <i>Direct Effect</i> , <i>Indirect Effect</i> , dan <i>Total Effect</i>	101
4.2.10 Uji Hipotesis Penelitian	102

4.3	Pembahasan	106
4.3.1	Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen.....	106
4.3.2	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen	107
4.3.3	Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen	107
4.3.4	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen	107
4.3.5	Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen	108
BAB V PENUTUP.....		109
5.1	Kesimpulan	109
5.2	Implikasi Teoritis	111
5.3	Implikasi Manajerial	112
5.4	Keterbatasan Penelitian.....	114
5.5	Saran Penelitian Mendatang	115
DAFTAR PUSTAKA		116
LAMPIRAN.....		120