

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Tujuan Penelitian.....	20
1.4 Kegunaan Penelitian.....	20
1.5 Sistematika Penulisan.....	21
BAB II	23
TINJAUAN PUSTAKA	23
2.1 Landasan Teori.....	23
2.1.1 Pemasaran	23
2.1.2 Perilaku Konsumen	25
2.2 Variabel yang Digunakan	28
2.2.1 Kualitas Layanan	28
2.2.2 Kewajaran Harga	32
2.2.3 Kesenangan Pelanggan (<i>Customer Delight</i>)	35
2.2.4 Loyalitas Pelanggan	37

2.3 Pengaruh Hubungan Antar Variabel	39
2.3.1 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kesenangan Pelanggan	39
2.3.2 Pengaruh Kewajaran Harga terhadap Kesenangan Pelanggan	40
2.3.3 Pengaruh Kesenangan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	41
2.3.4 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan	42
2.3.5 Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan	43
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	44
2.5 Hipotesis	45
BAB III.....	50
METODE PENELITIAN.....	50
3.1 Subjek Penelitian	50
3.2 Alat dan Bahan Penelitian.....	50
3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	52
3.3.1 Variabel Penelitian.....	52
3.3.2 Definisi Operasional Variabel.....	53
3.4 Populasi dan Sampel	55
BAB IV	57
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	57
4.1 Pengembangan Instrumen Penelitian	57
4.2 Pilot Studi Instrumen Penelitian	57
4.2.1 Uji Validitas Kuisisioner	58
4.2.2 Uji Reliabilitas Kuisisioner	59
4.3 Kuisisioner Akhir	60
4.3.1 Profil Responden.....	60
4.4 Pengolahan Data PLS SEM	63
4.5 Uji Asumsi	64
4.6 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>) Indikator Reflektif	65
4.6.1 <i>Indicator Loading</i>	65
4.6.2 <i>Reliability</i>	65
4.6.3 <i>Convergent Validity</i>	66

4.6.4 <i>Discriminant Validity</i>	66
4.6.5 <i>Outer Collinearity</i>	68
4.7 <i>Evaluasi Inner Model</i>	69
4.7.1 <i>Variance Inflation Factor (VIF)</i>	69
4.7.2 <i>Coefficient of Determination (R²)</i>	70
4.7.3 <i>Cross-Validated Redundancy (Q²)</i>	70
4.7.4 <i>Uji Path Coefficient</i>	71
4.8 Uji Efek Mediasi dari Variabel Mediator	73
4.9 Hasil Hipotesis Penelitian	74
BAB V	77
PENUTUP	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Kesimpulan Masalah Penelitian.....	78
5.3 Implikasi Teoritis	79
5.4 Implikasi Manajerial	81
5.5 Keterbatasan Penelitian.....	83
5.6 Saran untuk Penelitian Mendatang	83
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	92
LAMPIRAN A LEMBAR KUISIONER.....	92
LAMPIRAN B TABULASI DATA	102
LAMPIRAN C HASIL PENGOLAHAN DATA	106