

DAFTAR ISI

COVER.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	13
1.3.1 Tujuan Penelitian	13
1.3.2 Kegunaan Penelitian	13
1.4 Sistematika Penulisan	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Landasan Teoretis	16
2.1.1 Manajemen Hubungan Pelanggan.....	16
2.1.2 Loyalitas Pelanggan dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi	18
2.1.3 Kepuasan Pelanggan	21
2.1.4 Nilai yang Dipersepsikan	23
2.1.5 Harga yang Dipersepsikan	26
2.1.6 Pemulihan layanan	27
2.2 Penelitian Terdahulu	29
2.3 Hubungan Antar Variabel	30
2.3.1 Pengaruh Nilai yang Dipersepsikan Terhadap Kepuasan Pelanggan	30
2.3.2 Pengaruh Harga yang Dipersepsikan Terhadap Kepuasan Pelanggan	31
2.3.3 Pengaruh Pemulihan Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	32
2.3.4 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	33

2.4	Kerangka Pemikiran Teoretis.....	34
2.5	Hipotesis Penelitian.....	35
BAB III METODE PENELITIAN		36
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	36
3.1.1	Variabel Penelitian	36
3.1.2	Definisi Operasional Variabel dan Indikator Pengukuran	37
3.2	Populasi dan Sampel	38
3.2.1	Populasi.....	38
3.2.2	Sampel.....	39
3.3	Jenis dan Sumber Data	40
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.5	Skala Pengukuran Data	41
3.6	Teknik Analisis Data.....	42
3.6.1	Analisis Structural Equation Modelling (SEM).....	42
BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....		49
4.1	Deskripsi Objek dan Responden Penelitian	49
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	49
4.1.2	Gambaran Umum Responden Penelitian	51
4.2	Hasil Analisis Data.....	53
4.2.1	Hasil Uji Validitas.....	53
4.2.2	Hasil Uji Reliabilitas dan Varian Ekstrak	55
4.2.3	Hasil Confirmatory Factor Analysis	58
4.2.4	Hasill Uji Asumsi SEM.....	71
4.3	Hasil Pengujian Hipotesis	74
4.4	Analisis Direct Effect, Indirect Effect, dan Total Effect.....	75
4.5	Pembahasan.....	77
4.5.1	Pengaruh Nilai yang Dipersepsikan Terhadap Kepuasan Pelanggan	77
4.5.2	Pengaruh Harga yang Diperespsikan Terhadap Kepuasan Pelanggan	78
4.5.3	Pengaruh Pemulihan Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	79
4.5.4	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	80
BAB V PENUTUP.....		82
5.1	Kesimpulan	82
5.2	Implikasi Teoritis	83
5.4	Implikasi Manajerial	84

5.5	Keterbatasan Penelitian.....	87
5.6	Agenda Penelitian Mendatang	88
DAFTAR PUSTAKA		89