

DAFTAR ISI

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 ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	14
1.3.1 Tujuan Penelitian	14
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	15
1.4 Sistematika Penulisan.....	16
BAB II TELAAH PUSTAKA	18
2.1 Landasan Teori	18
2.1.1 Perilaku Konsumen	18
2.1.1.1 Definisi Perilaku Konsumen	18
2.1.1.2 Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen	20
2.1.2 Loyalitas Pelanggan	23
2.1.2.1 Definisi Loyalitas Pelanggan	23
2.1.2.2 Indikator Loyalitas Pelanggan	24
2.1.3 Kepuasan Pelanggan	25
2.1.3.1 Definisi Kepuasan Pelanggan	25
2.1.3.2 Indikator Kepuasan Pelanggan.....	26
2.1.4 Persepsi Harga.....	26
2.1.4.1 Definisi Persepsi Harga.....	26
2.1.4.2 Indikator Persepsi Harga.....	27
2.1.5 Kualitas Layanan.....	28
2.1.5.1 Definisi Kualitas Layanan.....	28
2.1.5.2 Indikator Kualitas Layanan	29
2.1.6 Kepercayaan.....	30
2.1.6.1 Definisi Kepercayaan	30
2.1.6.2 Indikator Kepercayaan	31
2.2 Penelitian Terdahulu.....	32
2.3 Hubungan Antar Variabel	47

2.3.1	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	47
2.3.2	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan	48
2.3.3	Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	50
2.3.4	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	51
2.3.5	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan	52
2.3.6	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan	53
2.3.7	Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan	55
2.4	Kerangka Pemikiran Teoretis	56
2.5	Hipotesis Penelitian	58
BAB III METODE PENELITIAN.....		59
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	59
3.1.1	Variabel Penelitian	59
3.1.2	Definisi Operasional Variabel dan Indikator Pengukuran	60
3.2	Jenis dan Sumber Data	63
3.3	Populasi dan Sampel	64
3.3.1	Populasi	64
3.3.2	Sampel.....	64
3.4	Teknik Pengumpulan Data	66
3.5	Skala Pengukuran Data	67
3.6	Teknik Analisis Data	68
BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....		75
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	75
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	75
4.1.2	Gambaran Responden Penelitian	81
4.1.2.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	83
4.1.2.2	Responden Berdasarkan Usia.....	83
4.1.2.3	Responden Berdasarkan Domisili	84
4.1.2.4	Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	85
4.1.2.5	Responden Berdasarkan Rata-Rata Penghasilan.....	85
4.1.2.6	Responden Berdasarkan Sumber Informasi	86
4.1.3	Deskripsi Variabel Penelitian.....	87
4.1.3.1	Analisis Jawaban Responden terhadap Persepsi Harga	89
4.1.3.2	Analisis Jawaban Responden terhadap Kualitas Layanan	91
4.1.3.3	Analisis Jawaban Responden terhadap Kepercayaan.....	92
4.1.3.4	Analisis Jawaban Responden terhadap Kepuasan Pelanggan	93
4.1.3.5	Analisis Jawaban Responden terhadap Loyalitas Pelanggan.....	94
4.2	Hasil Analisis Data	95
4.2.1	Hasil Uji Validitas.....	95
4.2.2	Hasil Uji Reliabilitas dan Varian Ekstrak	97
4.2.3	Hasil Confirmatory Factor Analysis	100
4.2.3.1	Hasil CFA Variabel Persepsi Harga.....	100
4.2.3.2	Hasil CFA Variabel Kualitas Layanan.....	102

4.2.3.3. Hasil CFA Variabel Kepercayaan.....	103
4.2.3.4. Hasil CFA Variabel Kepuasan Pelanggan	105
4.2.3.5. Hasil CFA Variabel Loyalitas Pelanggan	106
4.2.3.6. Hasil Pengujian Full Model SEM	107
4.2.4. Hasil Uji Asumsi SEM.....	111
4.2.4.1. Hasil Uji Normalitas	111
4.2.4.2. Hasil Uji Outlier.....	112
4.2.4.3. Hasil Evaluasi Multicollinearity dan Singularity	116
4.2.4.4. Hasil Uji Nilai Residual	117
4.2.4.6. Hasil Analisis Direct Effect, Indirect Effect, dan Total Effect	118
4.3 Pembahasan	121
4.3.1 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	121
4.3.2 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan	122
4.3.3 Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	123
4.3.4 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	124
4.3.5 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan	125
4.3.6 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan	126
4.3.7 Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan	127
BAB V PENUTUP.....	128
5.1. Kesimpulan.....	128
5.2. Implikasi Teoretis	130
5.3. Implikasi Manajerial.....	132
5.4. Keterbatasan Penelitian	135
5.5. Agenda Penelitian Mendatang.....	136
DAFTAR PUSTAKA	138
LAMPIRAN.....	142