

DAFTAR ISI

	Halaman
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.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR BAGAN	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.5. Sistematika Penelitian	8
BAB II.....	10
2.1. Landasan Teori	10
2.1.1. Kualitas layanan.....	10
2.1.2. Keterlibatan pelanggan	11
2.1.3. Kepercayaan merek.....	13
2.1.4. <i>Kepuasan pelanggan</i>	14
2.1.5. <i>Loyalitas merek</i>	15
2.2. Pengembangan Hipotesis.....	17
2.2.1. Pengaruh Kualitas layanan terhadap Keterlibatan pelanggan	17
2.2.2. Pengaruh Kualitas layanan terhadap Kepercayaan merek	18
2.2.3. Pengaruh Kualitas layanan terhadap Kepuasan pelanggan	19
2.2.4. Pengaruh Keterlibatan pelanggan terhadap <i>Loyalitas merek</i>	19

2.2.5.	Pengaruh Kepercayaan merek terhadap Loyalitas Merek	20
2.2.6.	Pengaruh Kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas merek	21
2.2.7.	Pengaruh Kualitas layanan terhadap <i>Loyalitas merek</i>	22
2.3.	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	23
BAB III	24
3.1.	Jenis Penelitian.....	24
3.2.	Variabel Penelitian	24
3.2.1.	Variabel Independen	24
3.2.2.	Variabel Dependen.....	25
3.2.3.	Variabel Intervening	25
3.3.	Definisi Operasional Variabel	25
3.4.	Populasi dan Sampel Penelitian	26
3.4.1.	Populasi Penelitian	26
3.4.2.	Sampel Penelitian.....	26
3.5.	Sumber Data.....	27
3.6.	Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.7.	Tahapan Analisis Data	28
3.7.1.	Analisis SEM-PLS menggunakan Smart-PLS	28
3.7.2.	Tahapan Analisis SEM PLS	29
BAB IV	33
4.1.	Deskripsi Objek Penelitian.....	33
4.1.1.	Deskripsi Umum Maskapai Lion Air	33
4.1.2.	Sejarah Singkat Lion Air	33
4.1.3.	Visi dan Misi Lion Air	34
4.2.	Gambaran Umum Responden	35
4.2.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	35
4.2.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
4.2.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	36
4.2.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	37
4.2.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	38
4.3.	Analisis Data	38
4.3.1.	Analisis <i>Outer Model</i>	39
4.3.2.	Analisis <i>Inner Model</i>	44

4.3.3.	Uji Hipotesis	47
4.3.4.	Uji Intervening atau Mediasi	49
4.3.5.	Total Effect	51
4.4.	Pembahasan.....	52
4.4.1.	Pengaruh Kualitas layanan terhadap Keterlibatan pelanggan	52
4.4.2.	Pengaruh Kualitas layanan Terhadap Kepercayaan merek.....	53
4.4.3.	Pengaruh Kualitas layanan Terhadap <i>Kepuasan pelanggan</i>	54
4.4.4.	Pengaruh <i>Keterlibatan pelanggan</i> Terhadap <i>Loyalitas merek</i>	54
4.4.5.	Pengaruh Kepercayaan merek Terhadap Loyalitas merek.....	55
4.4.6.	Pengaruh <i>Kepuasan pelanggan</i> Terhadap Loyalitas Merek.....	56
4.4.7.	Pengaruh Kualitas layanan Terhadap Loyalitas merek	57
BAB V	59
5.1.	Implikasi teoritis	60
5.2.	Implikasi Manajerial	61
5.3.	Keterbatasan Penelitian	63
5.4.	Saran Bagi Penelitian Mendatang	64
DAFTAR PUSTAKA	65