

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| SERTIFIKASI | ii |
| PENGESAHAN TESIS..... | iii |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN..... | iv |
| <i>ABSTRACT</i> | v |
| ABSTRAK | vi |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 9 |
| 1.3 Tujuan..... | 9 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 10 |
| 1.4.1 Bagi penulis..... | 10 |
| 1.4.2 Bagi perusahaan..... | 10 |
| 1.4.3 Bagi pihak lain..... | 10 |
| 1.5 Sistematika Penulisan | 11 |
| | |
| BAB II TELAAH PUSTAKA..... | 12 |
| 2.1 Landasan Teori | 12 |
| 2.1.1 Loyalitas Pelanggan | 12 |
| 2.1.2 Kepuasan Pelanggan..... | 18 |
| 2.1.3 Kualitas Pelayanan | 20 |
| 2.1.4 <i>Service Recovery</i>..... | 23 |

| | | |
|--|--|-----------|
| 2.1.5 | Persepsi Harga..... | 27 |
| 2.2 | Penelitian Terdahulu | 31 |
| 2.3 | Pengembangan Hipotesis | 37 |
| 2.3.1 | Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan | 37 |
| 2.3.2 | Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan | 37 |
| 2.3.3 | Pengaruh <i>Service Recovery</i> terhadap Kepuasan Pelanggan | 38 |
| 2.3.4 | Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan.. | 38 |
| 2.3.5 | Pengaruh Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan..... | 39 |
| 2.3.6 | Pengaruh <i>Service Recovery</i> terhadap Loyalitas Pelanggan..... | 39 |
| 2.3.7 | Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan | 40 |
| 2.4 | Kerangka Pemikiran | 41 |
| BAB III METODE PENELITIAN | | 42 |
| 3.1 | Jenis dan sumber data..... | 42 |
| 3.2 | Populasi dan Sampel | 42 |
| 3.3 | Definisi Operasional dan Pengukurannya | 43 |
| 3.4 | Metode Pengumpulan Data | 44 |
| 3.5 | Teknik Analisis Data..... | 46 |
| BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN | | 51 |
| 4.1 | Hasil Penelitian | 51 |
| 4.1.1 | Deskripsi Responden..... | 51 |
| 4.1.2 | Hasil Analisis Data | 53 |
| 4.2 | Pembahasan | 66 |
| 4.2.1 | Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan | 66 |
| 4.2.2 | Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan | 67 |
| 4.2.3 | Pengaruh <i>Service Recovery</i> terhadap Kepuasan Pelanggan | 69 |
| 4.2.4 | Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan | 71 |

| | | |
|----------------------------|---|-----------|
| 4.2.5 | Pengaruh Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan..... | 72 |
| 4.2.6 | Pengaruh <i>Service Recovery</i> terhadap Loyalitas Pelanggan..... | 74 |
| 4.2.7 | Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan | 76 |
| 4.2.8 | Uji Mediasi Pertama : Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan (Hipotesis Kedelapan) | 78 |
| 4.2.9 | Uji Mediasi Kedua : Persepsi Harga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan (Hipotesis Kesembilan) | 78 |
| 4.2.10 | Uji Mediasi Ketiga : <i>Service Recovery</i> berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan | 79 |
| BAB V PENUTUP | | 81 |
| 5.1 | Simpulan..... | 81 |
| 5.2 | Implikasi Penelitian..... | 83 |
| 5.2.1 | Implikasi Teoritis..... | 83 |
| 5.2.2 | Implikasi Manajerial | 87 |
| 5.3 | Keterbatasan Penelitian..... | 90 |
| 5.4 | Agenda Penelitian Mendatang | 91 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | | 92 |
| LAMPIRAN..... | | 98 |