

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
<i>Sertifikasi</i>	ii
PENGESAHAN TESIS	iii
ABSTRACT.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	10
1.2.1 Pertanyaan Penelitian.....	12
1.2.2 Tujuan Penelitian	13
1.3 Manfaat Penelitian.....	13
BAB II TELAAH PUSTAKA	15
2.1. Telaah Pustaka.....	15
2.1.1. <i>Customer Trust Theory</i>	15
2.1.2. <i>Customer Loyalty</i>	16
2.1.3. <i>Customer Satisfaction</i>	21
2.1.4. <i>Customer Relationship Management</i>	26
2.1.5. <i>Service Quality</i>	30
2.2. Pengembangan Hipotesis	34
2.2.1. Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	34
2.2.2. Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	35
2.2.3. <i>Customer Satisfaction</i> Memediasi Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	36

2.2.4.	<i>Customer Satisfaction</i> Memediasi Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	37
2.2.5.	<i>Customer Satisfaction</i> Berpengaruh terhadap <i>Customer Loyalty</i>	38
2.3.	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	39
BAB III METODE PENELITIAN.....		41
3.1.	Jenis	41
3.2.	Populasi dan Sampel	41
3.3.	Definisi Operasional Variabel	41
3.4.	Metode Pengumpulan Data	44
3.5.	Teknik Analisis Data	45
3.5.1.	Uji Validitas	45
3.5.2.	Uji Reliabilitas	45
3.5.3.	Uji Multikolinieritas	46
3.5.4.	Uji Koefisien Jalur (<i>Path Coefficient</i>)	46
3.5.5.	Uji F-Square.....	46
3.5.6.	Uji T	47
BAB IV PEMBAHASAN.....		48
4.1.	Gambaran Umum Perusahaan	48
4.1.1.	Visi dan Misi PT Mitra Kargo Indonesia.....	49
4.1.2.	Struktur Organisasi PT Mitra Kargo Indonesia	50
4.1.3.	Layanan PT Mitra Kargo Indonesia.....	51
4.2.	Model Penelitian.....	52
4.3.	Uji Validitas	54
4.4.	Uji Reabilitas	57
4.5.	Uji Multikoliniertias	58
4.6.	Uji Koefisien Jalur (<i>Path Coefficient</i>).....	59
4.7.	Uji F-Square	60
4.8.	Uji T	62
4.9.	Pembahasan	64
4.9.1.	<i>Customer Relationship Management</i> Berpengaruh Positif terhadap <i>Customer Loyalty</i>	64

4.9.2.	<i>Service Quality</i> Berpengaruh Positif terhadap <i>Customer Loyalty</i> ...	65
4.9.3.	<i>Customer Satisfaction</i> Berperan Sebagai Mediasi pada <i>Customer Relationship Management</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	66
4.9.4.	<i>Customer Satisfaction</i> Berperan Sebagai Mediasi pada <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	67
4.9.5.	<i>Customer Satisfaction</i> Berpengaruh Positif terhadap <i>Customer Loyalty</i>	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		69
5.1.	Kesimpulan.....	69
5.2.	Keterbatasan Penelitian	71
5.3.	Saran Manajerial.....	72
5.4.	Saran Penelitian Kedepan.....	74
DAFTAR PUSTAKA		75
LAMPIRAN		83
LAMPIRAN 1. KUESIONER		83
LAMPIRAN 2. HASIL KUESIONER		89
LAMPIRAN 3. JUMLAH JAWABAN KUESIONER		90
LAMPIRAN 4. OUTPUT SmartPLS 3.0.....		97