

## DAFTAR ISI

PENGESAHAN SKRIPSI .....	II
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	III
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	IV
MOTO DAN PERSEMBAHAN .....	V
ABSTRAK .....	VII
KATA PENGANTAR .....	VIII
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	15
1.3 Tujuan Dan Kegunaan Penelitian .....	16
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	16
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	16
1.4 Sistematika Penulisan .....	17
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	19
2.1 Landasan Teori.....	19
2.1.1 Konsep Pemasaran .....	19
2.1.2 Loyalitas.....	21
2.1.3 Perceived Value .....	24
2.1.4Trust .....	25
2.1.5Switching cost.....	26
2.2 Penelitian Terdahulu .....	28
2.3 Kerangka Pemikiran.....	30
2.4 Hipotesis .....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Variabel penelitian dan definisi operasional variabel.....	34
3.1.1 Variabel Penelitian.....	34

3.1.2 Definisi operasional variabel .....	34
3.2 Populasi dan Sampel .....	36
3.2.1 Pengertian Populasi.....	36
3.2.2 Teknik Pengambilan Sampel .....	37
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	37
3.3.1 Data Primer .....	37
3.3.2 Data Sekunder.....	37
3.4 Metode pengumpulan data.....	38
3.5 Teknik Pengolahan Data.....	38
3.6 Metode Analisis Data.....	40
3.6.1 Uji Validitas.....	41
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	41
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	42
3.6.3.1 Uji Multikolonieritas .....	42
3.6.3.2 Uji Heteroskedastisitas .....	42
3.6.3.3 Uji Normalitas .....	43
3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda .....	43
3.6.5 Uji Hipotesis .....	44
3.6.5.1 Uji Signifikansi Slimultan (Uji F).....	44
3.6.5.2 Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t).....	45
3.6.5.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	45
<b>BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>46</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	46
4.1.1 Sejarah Singkat Objek Penelitian .....	46
4.1.2 Gambaran Umum Responden.....	48
4.1.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	49
4.1.2.2 Responden Berdasarkan Usia .....	50
4.1.2.3 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	51
4.2 Metode Analisis Data.....	52
4.2.1 Uji Validitas .....	52

4.2.2 Uji Reliabilitas .....	53
4.2.3 Gambaran Umum Jawaban Responden .....	54
4.2.3.1 Analisis Deskripsi Variabel.....	54
4.2.3.1.1 Deskripsi Variabel Customer Perceived Value .....	55
4.2.3.1.2 Deskripsi Variabel Trust.....	57
4.2.3.1.3 Deskripsi Variabel Switching Cost.....	58
4.2.3.1.4 Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan.....	60
4.2.4 Uji asumsi klasik.....	62
4.2.4.1 Uji Multikoleniaritas .....	62
4.2.4.2 Uji Heteroskedastisitas .....	63
4.2.4.3 Uji Normalitas .....	65
4.2.5 Analisis regresi linier berganda .....	66
4.2.6 Uji Hipotesis .....	67
4.2.6.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji F) .....	67
4.2.6.2 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	68
4.2.6.3 Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t).....	69
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>75</b>
5.1 Kesimpulan .....	75
5.2 Saran .....	75
5.2.1 Saran Untuk Perusahaan .....	75
5.2.2 Penelitian Selanjutnya.....	79
5.3 Keterbatasan.....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>81</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>84</b>