

## DAFTAR ISI

<b>PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI</b> .....	iii
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	19
1.3 Tujuan .....	20
1.4 Manfaat .....	21
1.5 Sistematika Penulisan .....	22
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA</b> .....	24
2.1 Landasan Teori .....	24
2.1.1 <i>Customer Loyalty</i> .....	24
2.1.2 <i>Customer Satisfaction</i> .....	29
2.1.3 <i>Service Quality</i> .....	34
2.1.4 <i>Customer Perceived Value</i> .....	38
2.1.5 <i>Corporate Image</i> .....	43
2.2 Pengaruh Antarvariabel .....	46
2.2.1 Pengaruh Antara <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	46
2.2.2 Pengaruh Antara <i>Customer Perceived Value</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	48

2.2.3 Pengaruh Antara <i>Corporate Image</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> ..	49
2.2.4 Pengaruh Antara <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> ..	51
2.3 Penelitian Terdahulu .....	52
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	56
2.5 Hipotesis .....	57
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>58</b>
3.1 Variabel Penelitian .....	58
3.1.1 Variabel Independen .....	58
3.1.2 Variabel Dependen.....	59
3.1.3 Variabel Intervening.....	59
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	59
3.3 Populasi dan Sampel.....	63
3.3.1 Populasi .....	63
3.3.2 Sampel .....	63
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	65
3.4.1 Data Primer.....	65
3.4.2 Data Sekunder.....	65
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	66
3.6 Teknik Analisis Data .....	68
3.6.1 Analisis Deskriptif .....	68
3.6.2 Analisis Kuantitatif .....	70
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>82</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	82
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	82
4.1.2 Gambaran Umum Responden.....	83
4.2 Hasil Analisis .....	88
4.3 Analisis SEM .....	93
4.3.1 <i>Confirmatory Factor Analysis</i> .....	93
4.4 Analisis Full Model SEM .....	99
4.4.1 Evaluasi Terhadap Asumsi-Asumsi SEM .....	103
4.5 Pengujian Terhadap Hipotesis-Hipotesis.....	112

4.6 Analisis <i>Direct Effect</i> , <i>Indirect Effect</i> , dan <i>Total Effect</i> .....	114
4.7 Pembahasan Hasil.....	116
4.7.1 <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	116
4.7.2 <i>Customer Perceived Value</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	117
4.7.3 <i>Corporate Image</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	117
4.7.4 <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	118
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	119
5.1 Kesimpulan .....	119
5.2 Implikasi Teoritis .....	120
5.3 Implikasi Manajerial.....	122
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	123
5.5 Saran untuk penelitian mendatang .....	124
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	125
<b>LAMPIRAN</b> .....	125
Lampiran A: Kuesioner Penelitian .....	126
Lampiran B: Tabulasi Data .....	134
Lampiran C: Output Olah Data.....	139