

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Sertifikasi	ii
Halaman Pengesahan Tesis	iii
<i>Abstract</i>	iv
Abstrak	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Praktis	12
1.4.2 Manfaat Teoritis	12
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL PENELITIAN	13
2.1 Telaah Pustaka	13
2.1.1 Kualitas Layanan.....	13
2.1.2 Kesadaran	16
2.1.3 <i>Customer Relationship Management</i>	17
2.1.4 Akseptabilitas	18
2.2 Pengembangan Hipotesis	22
2.2.1 Hubungan Kualitas Layanan dan Kesadaran	22
2.2.2 Hubungan Kualitas Layanan dan <i>Customer Relationship Management</i>	24
2.2.3 Hubungan Kesadaran dan Akseptabilitas.....	25
2.2.4 Hubungan <i>Customer Relationship Management</i> dan Akseptabilitas..	28

2.2.5	Hubungan Kualitas Layanan dan Akseptabilitas	30
2.3	Rencana Kerangka Teori.....	32
BAB III METODE PENELITIAN		33
3.1	Jenis dan Sumber Data.....	33
3.2	Populasi dan <i>Sample</i>	34
3.2.1	Populasi	34
3.2.2	<i>Sample</i>	34
3.3	Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran.....	35
3.3.1	Kualitas Layanan.....	35
3.3.2	Kesadaran	36
3.3.3	<i>Customer Relationship Management</i>	36
3.3.4	Akseptabilitas	37
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	40
3.5	Analisis Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	41
3.5.1	Uji Validitas	41
3.5.2	Uji Realibilitas.....	41
3.6	Teknik Analisis	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		49
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	49
4.1.1	Data dan Deskriptif Responden.....	49
4.1.2	Data dan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
4.1.3	Data dan Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
4.2	Analisis Konfirmatori	51
4.2.1	Analisis Bobot Faktor (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>).....	51
4.2.2	<i>Reliability Construct dan Variance Extracted</i>	56
4.2.3	Uji Validitas Konstruk	57
4.3	Analisis Asumsi SEM.....	58
4.3.1	Asumsi Normalitas	59
4.3.2	Evaluasi <i>Outliers</i>	60

4.3.3	Asumsi Residual.....	60
4.4	Pengujian Model Penelitian	61
4.5	Pengujian Hipotesis	63
4.5.1	Pengaruh Kualitas Layanan – Kesadaran.....	63
4.5.2	Pengaruh Kualitas Layanan – CRM.....	64
4.5.3	Pengaruh Kualitas Layanan – Akseptabilitas.....	64
4.5.4	Pengaruh Kesadaran – Akseptabilitas	64
4.5.5	Pengaruh CRM – Akseptabilitas	65
4.6	Pengujian Pengaruh	65
4.7	Pembahasan Hipotesis	66
4.7.1	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kesadaran	66
4.7.2	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap <i>Customer Relationship Management</i>	68
4.7.3	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Akseptabilitas	70
4.7.4	Pengaruh Kesadaran terhadap Akseptabilitas	71
4.7.5	Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> terhadap Akseptabilitas	73
4.7.6	Analisis Pengaruh Mediasi.....	74
 BAB V PENUTUP		77
5.1	Kesimpulan Hipotesis	77
5.2	Kesimpulan Terhadap Masalah Penelitian.....	78
5.3	Implikasi Teoritis	83
5.4	Implikasi Manajerial	84
5.5	Keterbatasan Penelitian.....	86
5.6	Agenda Penelitian Mendatang	87
 DAFTAR PUSTAKA		88
 LAMPIRAN-LAMPIRAN		