

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan Tesis.....	ii
Sertifikat.....	iii
Abstrak.....	iv
Kata Pengantar.....	vi
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Gambar.....	xvi
Daftar Lampiran.....	xvii
Daftar Rumus.....	xviii
Bab I : Pendahuluan.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	15
1.3 Tujuan Penelitian.....	16
1.4 Kegunaan Penelitian.....	17
Bab II : Telaah Pustaka dan Pengembangan Model.....	18
2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
2.1.1 Penelitian Wolfgang Ulaga dan Andreas Eggert.....	18
2.1.2 Penelitian Byoungho Jin, Jin Yong Park dan Jiyoung Kim.....	19
2.1.3 Penelitian Wen Jang (Kenny) Jih, Su Fang Lee dan Yuang-Cheng Tsai.....	21

2.1.4 Penelitian Tom J. Brown; Thomas E. Barry; Peter A.Dacin; dan Richard F. Gunst	23
2.1.5 Penelitian Christina Sichtmann	25
2.2 Konsep-Konsep Dasar.....	26
2.2.1 <i>Positive Words of Mouth (WoM)</i>	26
2.2.2 Kepercayaan Pelanggan	29
2.2.3 Nilai Pelanggan	32
2.2.4 Reputasi Perusahaan.....	35
2.2.5 Kualitas Layanan.....	38
2.2.6 Hubungan Nilai Pelanggan dengan Kepercayaan Pelanggan	42
2.2.7. Hubungan Reputasi Sekolah dengan Kepercayaan Pelanggan	43
2.2.8. Hubungan Kualitas Layanan dengan Kepercayaan Pelanggan	44
2.2.9. Hubungan Kepercayaan Pelanggan dengan <i>Positive WoM</i>	46
2.3 Model Pengembangan Penelitian.....	47
2.4. Dimensional Variabel.....	48
2.4.1. Variabel Nilai Pelanggan	48
2.4.2. Variabel Reputasi Perusahaan.....	49
2.4.3. Variabel Kualitas Layanan.....	50
2.4.4. Variabel Kepercayaan Pelanggan	51
2.4.5. Variabel <i>Positive Words of Mouth (WoM)</i>	52
Bab III : Metode Penelitian.....	54
3.1 Jenis dan Sumber data.....	54

3.1.1. Data Primer	54
3.1.2. Data Sekunder	54
3.2 Populasi dan <i>Sampling</i>	54
3.3 Teknik Sampling	55
3.4. Metode Pengumpulan Data	55
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	56
3.5.1 Uji Validitas	57
3.5.2 Uji Reliabilitas	57
3.6 Teknik Analisis Data.....	58
Bab IV Analisis Data	68
4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	68
4.2. Gambaran Umum Responden	71
4.2.1. Responden Menurut Jenis Kelamin	71
4.2.2. Responden Menurut Usia.....	72
4.2.3. Responden Menurut Pekerjaan	72
4.2.4. Responden Menurut Jumlah Anak yang disekolahkan di SDI Hidayatullah	73
4.2.5. Responden Menurut Lamanya menjadi Pelanggan SDI Hidayatullah.....	73
4.2.6. Responden Menurut Alasan Memilih SDI Hidayatullah	74
4.3. Proses Analisis Data.....	75
4.3.1. Deskripsi Persepsi Responden	75
4.3.1.1. Nilai Pelanggan	77
4.3.1.2. Reputasi Sekolah.....	79

4.3.1.3. Kualitas Layanan.....	80
4.3.1.4. Kepercayaan Pelanggan	82
4.3.1.5. <i>Positive Words of Mouth (WoM)</i>	84
4.4 Proses Analisis Data dan Pengujian Model Penelitian	86
4.4.1 Langkah 1 : Pengembangan Model Berdasarkan Teori	86
4.4.2 Langkah 2 : Menyusun Diagram Alur (<i>Path Diagram</i>).....	87
4.4.3 Langkah 3 : Konversi Diagram Alur ke dalam Persamaan	87
4.4.4 Langkah 4 : Matriks Input dan Teknik Estimasi.....	87
4.4.4.1. Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen	89
4.4.4.2. Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Endogen.....	93
4.4.4.4. Analisis <i>Structural Equation Model</i>	95
4.4.5. Langkah 5 : Menilai Problem Identifikasi	99
4.4.6. Langkah 6 : Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit</i>	99
4.4.6.1. Evaluasi <i>Univariate Outlier</i>	100
4.4.6.2. Evaluasi <i>Multivariate Outlier</i>	101
4.4.6.3. Uji Normalitas Data	102
4.4.6.4. Evaluasi atas Multikolinearitas dan Singularitas	104
4.4.6.5. Uji Kesesuaian dan Uji Statistik	104
4.4.7 Langkah 7 : Interpretasi dan Modifikasi Mode.....	105
4.5. Uji <i>Reliability</i> dan <i>Variance Extract</i>	106
4.5.1. Uji <i>Reliability</i>	106
4.5.2. <i>Variance Extract</i>	110

4.6. Pengujian Hipotesis Penelitian.....	111
4.6.1. Uji Hipotesis I	112
4.6.2. Uji Hipotesis II	112
4.6.3. Uji Hipotesis III	113
4.6.4. Uji Hipotesis IV	113
Bab V Kesimpulan dan Implikasi Kebijakan.....	115
5.1 Ringkasan Penelitian.....	115
5.2 Kesimpulan dari Hipotesis Penelitian	117
5.2.1 Pengaruh Nilai Pelanggan terhadap Kepercayaan Pelanggan.....	117
5.2.2 Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Kepercayaan Pelanggan ...	118
5.2.3 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepercayaan Pelanggan	120
5.2.4 Pengaruh Kepercayaan Pelanggan terhadap <i>Positive WoM</i>	121
5.3 Kesimpulan mengenai Masalah Penelitian	123
5.4 Implikasi Teoritis	126
5.5 Implikasi Manajerial	130
5.6 Keterbatasan Penelitian.....	142
5.7 Agenda Penelitian Mendatang	142
Daftar Referensi	144
Lampiran	
Daftar Riwayat hidup	