

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
PENGESAHAN KELULUSAN SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
BAB II.....	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 <i>Service Dominant Logic</i>	12
2.2 Pengembangan Variabel Penelitian	14
2.2.1 Kepuasan pelanggan	14
2.2.2 Keterlibatan pelanggan	15
2.2.3 Keterikatan pelanggan	17
2.2.4 Loyalitas pelanggan	18
2.3 Hubungan Antar Variabel	20
2.3.1 Hubungan Kepuasan pelanggan dan Keterlibatan pelanggan	20
2.3.2 Hubungan Keterlibatan pelanggan dan Keterikatan pelanggan.....	21
2.3.3 Hubungan Keterlibatan pelanggan dan Loyalitas pelanggan	22
2.3.4 Hubungan Keterikatan pelanggan dan Loyalitas pelanggan	24
2.4 Kerangka Penelitian.....	25
BAB III	27
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	27
3.1.1 Variabel Penelitian.....	27
3.1.1.1 Variabel Terikat.....	27
3.1.1.2 Variabel Intervening	27
3.1.1.3 Variabel Bebas.....	27
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	27

3.2	Populasi dan Sampel.....	29
3.2.1	Populasi.....	29
3.2.2	Sampel.....	30
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	30
3.3.1	Jenis Data	30
3.3.2	Sumber Data.....	31
3.4	Metode Pengumpulan Data	31
3.4.1	Kuisisioner.....	31
3.4.2	Observasi.....	32
3.4.3	Studi Kepustakaan	32
3.5	Metode Analisis.....	32
3.6	Analisis Univariat.....	37
3.6.1	Analisis Multivariat	37
3.6.2	Pengembangan Model Teoritis.....	38
3.6.2.1	Menyusun Diagram Jalur dan Persamaan Struktural	38
3.6.2.2	Memilih Jenis Input Matriks dan Estimasi Model yang diusulkan.....	38
3.6.2.3	Menilai Masalah Identifikasi Model Struktural.....	39
3.6.2.4	Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit</i>	39
3.6.2.5	Interpretasi dan Modifikasi Model	41
BAB IV	42
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	42
4.1.1	Deskripsi Umum Objek Penelitian	42
4.1.2	Deskripsi Umum Responden.....	43
4.1.2.1	Penggolongan Responden Berdasarkan Profil Identitas.....	43
4.1.2.2	Penggolongan Responden Berdasarkan Penggunaan.....	45
4.1.3	Uji CFA Variabel Eksogen	47
4.1.4	Uji CFA Variabel Endogen	49
4.1.5	Analisis Full Structural Equation Model (SEM)	52
4.1.6	Asumsi Structural Equation Model (SEM)	55
4.1.6.1	Evaluasi Normalitas.....	55
4.1.6.2	Evaluasi <i>Outlier</i> Data.....	56
4.1.6.3	Uji Multikolinearitas dan Singularitas	59
4.1.6.4	Evaluasi Nilai Residual.....	59
4.1.6.5	Uji Reliabilitas dan Validitas.....	62
4.1.6.6	Pengujian Hipotesis	63
4.1.6.7	Analisis Direct Effect, Indirect Effect, dan Total Effect.....	65

4.2	Interpretasi Hasil	67
4.2.1	Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Keterlibatan pelanggan	67
4.2.2	Pengaruh Keterlibatan pelanggan terhadap Keterikatan pelanggan.....	68
4.2.3	Pengaruh Keterlibatan pelanggan terhadap Brand Loyalty	68
4.2.4	Pengaruh Keterikatan pelanggan terhadap Brand Loyalty	69
BAB V	71
5.1	Kesimpulan	71
5.2	Kesimpulan atas Diterimanya Hipotesis	71
5.3	Kesimpulan Masalah Penelitian	73
5.4	Implikasi Teoritis.....	75
5.5	Implikasi Manajerial	76
5.6	Keterbatasan Penelitian.....	79
5.7	Saran untuk Penelitian Mendatang	79
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	90