

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1    Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2    Latar Belakang Penelitian.....	2
1.3    Perumusan Masalah.....	21
1.4    Tujuan Penelitian.....	22
1.5    Manfaat Penelitian.....	23
1.5.1    Aspek Praktis.....	24
1.5.2    Aspek Akademis.....	24
1.6    Sistematika Penulisan Tugas Akhir .....	24
BAB II .....	27
TINJAUAN PUSTAKA.....	27
2.1.    Teori dan Penelitian Terdahulu .....	27
2.1.1    Pemasaran .....	27
2.1.2    Manajemen Pemasaran .....	28
2.1.3    Jasa .....	28
2.1.4    Karakteristik Jasa .....	29
2.1.5    Kualitas Layanan .....	30
2.1.6    Dimensi Kualitas Pelayanan .....	31
2.1.7    Kepuasan Konsumen .....	32
2.1.8    Dimensi Kepuasan Pelanggan .....	33

2.1.9	Indikator Kepuasan Pelanggan .....	33
2.1.10	Perceived Value.....	34
2.1.11	Dimensi Perceived Value .....	35
2.1.12	Citra Perusahaan.....	35
2.1.13	Dimensi Citra Perusahaan .....	36
2.1.14	Indikator Citra Perusahaan .....	36
2.1.15	Reputasi Perusahaan.....	36
2.1.16	Dimensi Reputasi Perusahaan.....	37
2.1.17	Indikator Reputasi Perusahaan .....	38
2.1.18	Loyalitas Pelanggan .....	38
2.1.19	Dimensi Loyalitas Pelanggan .....	39
2.1.20	Indikator Loyalitas Pelanggan .....	39
2.1.21	Hubungan Antara Kualitas Layanan dengan Kepuasan Konsumen .....	39
2.1.22	Hubungan Antara Kualitas Pelayanan yang Diberikan dan Kepuasan Konsumen Dapat Memberikan Pengaruh yang Positif dan Signifikan Secara Langsung Pada <i>Perceived Value</i> .....	40
2.1.23	Peran Mediasi dari <i>Perceived Value</i> yang dirasakan dan Hubungan antara Citra Perusahaan dan Reputasi Perusahaan .....	41
2.1.24	Hubungan Antara Citra Perusahaan Dengan Reputasi Perusahaan .....	42
2.1.25	Peran Mediasi Antara Citra Perusahaan Dengan Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	43
2.1.26	Penelitian Terdahulu.....	46
2.2.	Kerangka Pemikiran .....	60
2.3.	Hipotesis Penelitian .....	62
BAB III .....		64
3.1	Jenis Penelitian.....	64
3.2	Variabel Operasional dan Skala Pengukuran.....	68
3.2.1	Variabel Operasional .....	68
3.2.2	Skala Pengukuran .....	77
3.3	Tahap Penelitian.....	78
3.4	Populasi dan Sampel .....	81
3.4.1	Populasi .....	81
3.4.2	Sampel.....	82
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data .....	85

3.5.1	Sumber data.....	85
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data .....	86
3.6	Uji Validitas dan Uji Realibilitas.....	87
3.6.1	Analisis Deskriptif.....	87
3.6.2	<i>Method of Succesive Internal (MSI)</i> .....	89
3.6.3	Uji Normalitas .....	90
3.6.4	Model <i>Structural Equation Model (SEM)</i> .....	90
3.6.5	<i>Partial Least Square (PLS)</i> .....	93
3.6.6	Evaluasi Model.....	94
3.6.7	<i>Goodness of Fit (GOF)</i> .....	97
3.6.8	Uji Hipotesis.....	100
BAB IV	.....	103
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	.....	103
4.1	Karakteristik Responden .....	103
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Riwayat Penggunaan Jasa Ekspedisi J&T	103
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Penggunaan Jasa Ekspedisi J&T	105
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Tempat Tinggal .....	106
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	108
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	108
4.1.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	110
4.1.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	110
4.1.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Bulanan.....	112
4.2	Hasil Penelitian .....	113
4.2.1	Analisis Deskriptif.....	114
4.2.2	Uji Normalitas .....	117
4.2.3	Uji Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	119
4.2.4	Uji Pengukuran Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	136
4.2.5	Uji <i>Goodness of Fit (GOF)</i> .....	143
4.2.6	Pengujian Hipotesis.....	144
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	151
4.3.1	Pengaruh Layanan Kualitas terhadap Kepuasan Konsumen .....	151

4.3.2 Pengaruh Layanan Kualitas terhadap <i>Perceived Value</i> .....	153
4.3.3 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap <i>Perceived Value</i> .....	154
4.3.4 Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap Citra Perusahaan .....	156
4.3.5 Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap Reputasi Perusahaan.....	157
4.3.6 Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Konsumen.....	158
4.3.7 Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Reputasi Perusahaan.....	160
4.3.8 Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Loyalitas Konsumen .....	160
4.3.9 Pengaruh Mediasi pada Variabel Intervening <i>Perceived Value</i> (Z1) .....	162
4.3.10 Pengaruh Mediasi pada Variabel Intervening Citra Perusahaan (Z2) .....	164
4.3.11 Pengaruh Mediasi pada Variabel Intervening Reputasi Perusahaan (Z3) ....	164
4.4 Analisis Jalur .....	165
5.1 Kesimpulan .....	176
5.2 Saran .....	179
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan .....	179
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya .....	185
DAFTAR PUSTAKA .....	187
LAMPIRAN I KUESIONER .....	200