

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang	2
1.3 Perumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Kegunaan Penelitian.....	9
1.6 Sistematika Penulisan Laporan Akhir	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN RUANG LINGKUP PENELITIAN	11
2.1 Tinjauan Pustaka	11
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran	11
2.1.1.2 Peran Pemasaran	12
2.1.1.3 Tujuan dan Manfaat Pemasaran	14
2.1.1.4 Kaitan Manajemen Pemasaran dengan Riset	15
2.1.2 Perilaku Konsumen	16
2.1.2.1 Pengertian Perilaku Konsumen	16
2.1.2.2 Manfaat Mengidentifikasi Perilaku Konsumen.....	17
2.1.2.3 Hal-Hal Yang Dipelajari Terkait Perilaku Konsumen	18
2.1.2.4 Faktor Yang Dipertimbangkan Dalam Mengidentifikasi Perilaku Konsumen	19
2.1.2.5 Kaitan Perilaku Konsumen Dengan Riset.....	21
2.1.3 Kepuasan Pelanggan	22
2.1.3.1 Definisi Kepuasan Pelanggan.....	22
2.1.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	23
2.1.3.3 Bagaimana Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	25

2.1.4	Kualitas Layanan.....	26
2.1.4.1	Pengertian Kualitas Layanan.....	26
2.1.4.2	Dimensi Kualitas Layanan	27
2.1.4.3	Perspektif Kualitas Layanan.....	28
2.1.5	Loyalitas Konsumen.....	29
2.1.5.1	Pengertian Loyalitas Konsumen.....	29
2.1.5.2	Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen	31
2.1.5.3	Manfaat Bagi Perusahaan Jika Konsumen Loyal.....	32
2.1.5.4	Alat Ukur atau Dimensi Tingkat Loyalitas Konsumen	34
2.1.6	Hubungan Antara Kualitas Layanan (X), kepuasan Pelanggan (Y1) dan Loyalitas Konsumen (Y2).....	35
2.1.7	Penelitian Terdahulu	36
2.2	Kerangka Pemikiran.....	46
2.3	Hipotesis Penelitian.....	47
2.4	Ruang Lingkup Penelitian.....	49
BAB III METODE PENELITIAN		50
3.1	Jenis Penelitian.....	50
3.2	Operasionalisasi Variabel.....	50
3.3	Tahap Penelitian.....	59
3.4	Populasi dan Sampel	59
3.4.3	Teknik Sampling	61
3.5	Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	61
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data.....	62
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	62
3.7	Teknik Analisis Data.....	65
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	65
3.7.2	Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	65
3.7.3	Uji Hipotesis (<i>Resampling Bootstrapping</i>)	70
3.7.3.1	Uji t (Uji Parsial).....	70
3.7.4	Perubahan Data Ordinal menjadi Interval.....	71
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		73
4.1	Karakteristik Responden/Data/Narasumber/Data Deskriptif.....	73
4.1.1	Pengumpulan Data.....	73
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden.....	73

4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	74
4.2.2 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	75
4.2.3 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	76
4.3 Hasil Penelitian	77
4.3.1 Analisis Statistik Deskriptif	77
4.3.2 Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	92
4.3.2.1 Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	92
A. <i>Convergent Validity</i>	92
B. <i>Discriminant Validity</i>	94
1) <i>Fornell Larcker Criterion</i>	94
2) <i>Cross Loading Correlation</i>	95
4.3.2.2 <i>Reliability Test</i>	95
a) <i>Path Coefficient</i>	96
b) Analisa R ² (Uji Determinasi).....	98
4.3.3 Uji Hipotesis (<i>Bootstrapping</i>)	98
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	99
4.4.1 Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	99
4.4.2 Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	100
4.4.2 Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	101
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	103
5.1 Kesimpulan	103
5.2 Saran	104
5.2.1. Saran Untuk Perusahaan	104
5.2.2. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	104
DAFTAR PUSTAKA.....	106
LAMPIRAN	113
Lampiran 1: Kuesioner	113
Bagian 1: Data Diri	113
Bagian 2: Pertanyaan	114
Lampiran 2 : Hasil Kuesioner	117
Lampiran 3: Hasil Uji Validitas Item-Item Instrumen.....	127
Lampiran 4: Hasil Uji Reliabilitas item-item Instrumen	129
Lampiran 5 : Pengujian menggunakan SEM PLS 3.0	131