

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN JUDUL	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Kegunaan Penelitian	13
1.4.1 Kegunaan Teoritis	13
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	13
1.5 Waktu dan Periode Penelitian.....	14
1.6 Sistematika Penulisan	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Kajian Teori	15
2.1.1 Service Recovery	15
2.1.2 Karakteristik Service Recovery	15
2.1.3 Dimensi Service Recovery.....	15
2.1.4 Perceived Value.....	18
2.1.5 Dimensi Perceived Value.....	18

2.1.6 Customer Satisfaction.....	19
2.1.7 Faktor-faktor yang Memengaruhi Customer Satisfaction	20
2.1.8 Dimensi Customer Satisfaction	20
2.1.9 Customer Loyalty	21
2.1.10 Dimensi Customer Loyalty	23
2.1.11 Hubungan Service Recovery dengan Customer Loyalty.....	23
2.1.12 Hubungan Perceived Value dengan Customer Loyalty	24
2.2 Penelitian Terdahulu	25
2.3 Kerangka Pemikiran.....	33
2.4 Hipotesis Penelitian	33
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1 Jenis Penelitian.....	36
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	36
3.3 Tahapan Penelitian.....	45
3.4 Populasi dan Sampel	45
3.4.1 Populasi	45
3.4.2 Sampel	46
3.5 Pengumpulan Data	46
3.5.1 Data Primer.....	47
3.5.2 Data Sekunder	47
3.6 Uji Validitas dan Realibilitas	48
3.6.1 Uji Validitas.....	48
3.6.2 Uji Realibilitas.....	49
3.7 Teknik Analisis Data.....	51
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	51

3.7.2 Structural Equation Modeling (SEM)	52
3.7.3 Partial Least Square (PLS)	53
3.7.4 Pengukuran Model (Outer Model)	54
3.7.5 Pengukuran Struktural (Inner Model)	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	60
4.1 Latar Belakang	60
4.2 Rumusan Masalah	60
4.3 Tujuan Penelitian	60
4.3.1 Analisis Deskriptif Service Recovery (X1)	61
4.3.2 Analisis Deskriptif Perceived Value (X2)	61
4.3.3 Analisis Deskriptif Customer Satisfaction (Y)	67
4.3.4 Analisis Deskriptif Customer Loyalty (Z)	73
4.4 Analisis PLS-SEM	81
4.4.1 Model Pengukuran (Outer Model)	81
4.4.2 Model Struktural (Inner Model)	87
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	95
4.5.1 Pembahasan Analisis Deskriptif	95
4.5.2 Pembahasan Pengujian Hipotesis	97
BAB 5 KESIMPULAN	102
4.1 Kesimpulan	102
4.2 Saran	102
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN	111