

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang	2
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5.1 Manfaat teoritis.....	9
1.5.2 Manfaat Praktisi.....	10
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	12
2.1.1 Pemasaran.....	12
2.1.2 Manajemen Pemasaran	13
2.1.3 <i>Customer Relationship Management</i>	13
2.1.4 Perilaku Konsumen	15
2.1.5 <i>Customer Trust</i>	17
2.1.6 <i>Customer Loyalty</i>	18
2.1.7 Penelitian Terdahulu	19
2.2 Kerangka Pemikiran.....	26
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	28
2.4 Hipotesis Penelitian	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Jenis Penelitian.....	33

3.2	Operasional Variabel	34
3.2.1	Skala Pengukuran	38
3.3	Tahapan Penelitian	39
3.4	Populasi dan sampel.....	41
3.4.1	Populasi	41
3.4.2	Sampel Sensus	41
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data	42
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	42
3.6.1	Uji validitas dan reliabilitas	42
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	43
3.7	Teknis Analisis Data.....	44
3.7.1	Teknis analisis Data deskriptif.....	44
3.7.2	Uji Asumsi Klasik.....	45
3.7.3	Uji Normalitas	45
3.7.4	Uji Multikolinearitas	45
3.7.5	Uji Heteroskedastisitas	46
3.7.6	Analisis Regresi Linear Berganda	46
3.8	Uji Hipotesis.....	47
3.8.1	Uji T.....	47
3.8.2	Uji Koefisien Determinasi	50
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
4.1	Karakteristik Responden.....	51
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Nama-Nama Perusahaan.....	51
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jabatan.....	52
4.1.3	Responden Berdasarkan Jenis Perusahaan	52
4.1.4	Responden Berdasarkan Jenis Produk.....	53
4.1.5	Responden Berdasarkan Lama Berlangganan	53
4.2	Hasil Penelitian	54
4.2.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	54
4.2.2	Uji Validitas	64
4.2.3	Uji Reliabilitas.....	65
4.2.4	Uji Asumsi Klasik.....	66

4.2.5 Uji Normalitas	66
4.2.6 Uji Heteroskedastisitas	68
4.2.7 Uji Multikolinearitas	69
4.2.8 Analisis Regresi Linear Berganda	70
4.2.9 Uji Hipotesis	71
4.2.9.1 Uji Signifikan Parsial (Uji T)	71
4.2.9.2 Koefisien Determinasi	73
4.2.9.3 Uji Hipotesis Variabel Moderasi	74
4.2.9.4 Analisis Structural Equation Modelling (SEM)	74
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	76
4.3.1 Pengaruh <i>Customer Knowledge</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	76
4.3.2 Pengaruh <i>Customer Orientation</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	76
4.3.3 Pengaruh <i>Customer Advocacy</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	76
4.3.4 Pengaruh <i>Customer Engagement</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	77
4.3.5 Pengaruh <i>Customer Trust</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	77
4.3.6 Pengaruh <i>Customer Trust</i> Memoderasi <i>Customer Knowledge</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	77
4.3.7 Pengaruh <i>Customer Trust</i> Memoderasi <i>Customer Orientation</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	78
4.3.8 Pengaruh <i>Customer Trust</i> Memoderasi <i>Customer Advocacy</i> dan <i>Customer Loyalty</i>	78
4.3.9 Pengaruh <i>Customer Trust</i> Memoderasi <i>Customer Engagement</i> dan <i>Customer Loyalty</i>	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Saran	80
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan	80
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	81
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN.....	89