

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian.....	11
1.4. Manfaat Penelitian.....	12
1.5. Ruang Lingkup Penelitian	13
II. TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1. Penelitian Terdahulu	15
2.2. Landasan Teori	18
2.2.1. <i>Service Quality SERVPERF</i>	18
2.2.2. <i>Reliability</i>	19
2.2.3. <i>Service Price</i>	20
2.2.4. <i>Guarantee</i>	20
2.2.5. <i>Organization Image</i>	21
2.2.6. <i>Responsiveness</i>	22
2.2.7. <i>Customer Satisfaction</i>	22
2.2.8. <i>Customer Loyalty</i>	23
2.3. Hubungan Antar Variabel	25
2.3.1. Pengaruh <i>Reliability</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	25
2.3.2. Pengaruh <i>Service Price</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	25

2.3.3.	Pengaruh <i>Guarantee</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	26
2.3.4.	Pengaruh <i>Organization Image</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	26
2.3.5.	Pengaruh <i>Responsiveness</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> ...	27
2.3.6.	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> ..	27
III.	KAJIAN KONSEPTUAL.....	28
3.1.	Kerangka Konseptual	28
3.2.	Model Analisis	29
3.3.	Hipotesis.....	29
IV.	METODE PENELITIAN.....	31
4.1.	Pendekatan Penelitian	31
4.2.	Tempat dan Waktu Penelitian	31
4.3.	Populasi dan Sampel	31
4.4.	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	32
4.5.	Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	32
4.6.	Validitas dan Reliabilitas Instrumen	35
4.7.	Metode Analisis Data	35
4.7.1.	<i>Outer Model</i> atau Model Pengukuran	36
4.7.1.1.	Validitas Konvergen (<i>Convergent Validity</i>)	36
4.7.1.2.	Validitas Diskriminan (<i>Discriminant Validity</i>)	36
4.7.1.3.	Reliabilitas	36
4.7.2.	<i>Inner Model</i> atau Model Struktural	37
4.7.2.1.	<i>R-Square</i>	37
4.7.2.2.	<i>Q-Square</i>	37
4.7.2.3.	Koefisien Jalur (<i>Coefficient Path</i>).....	37
V.	HASIL DAN PEMBAHASAN	39
5.1.	Gambaran Umum Perusahaan	39
5.2.	Deskripsi Hasil Penelitian.....	41
5.2.1.	Karakteristik Responden.....	41
5.2.2.	Deskripsi Variabel Penelitian	45
5.3.	Validitas dan Reliabilitas Instrumen	53
5.3.1.	Uji Validitas Instrumen	53
5.3.2.	Uji Reliabilitas Instrumen.....	54
5.4.	Analisis <i>Outer Model</i> atau Model Pengukuran.....	55

5.4.1. Uji Validitas	56
5.4.1.1. Uji Validitas Konvergen (<i>Convergent Validity</i>).....	56
5.4.1.2. Uji Validitas Konvergen (<i>Convergent Validity</i>) setelah perbaikan model.....	57
5.4.1.3. Uji Validitas Diskriminan (<i>Discriminant Validity</i>)	60
5.4.2. Uji Reliabilitas.....	61
5.5. Analisis <i>Inner Model</i> atau Model Struktural.....	62
5.5.1. Uji R-Square.....	62
5.5.2. Uji Q-Square	63
5.5.3. Nilai Koefisien Jalur (<i>Coefficient Path</i>).....	63
5.6. Pembahasan	65
5.6.1. Pengaruh <i>Reliability</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	65
5.6.2. Pengaruh <i>Service Price</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	69
5.6.3. Pengaruh <i>Guarantee</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	70
5.6.4. Pengaruh <i>Organization Image</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	72
5.6.5. Pengaruh <i>Responsiveness</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> ...	74
5.6.6. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> ..	76
5.7. Implikasi Manajerial.....	77
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	82
6.1. Kesimpulan.....	82
6.2. Saran.....	82
6.3. Keterbatasan Penelitian	84
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	