

DAFTAR ISI

COVER

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK.....	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR GRAFIK.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	8
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	8
1. Tujuan Penelitian	8

2. Kontribusi Penelitian.....	9
-------------------------------	---

BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

A. Kajian Pustaka.....	10
1. Manajemen Pemasaran.....	10
1.1. Pemasaran Jasa	11
1.2. Definisi Jasa	12
2. Loyalitas Pelanggan	13
2.1. Definisi Loyalitas Pelanggan	13
2.2. Dimensi & Indikator Loyalitas Pelanggan.....	15
3. Kepercayaan	17
3.1. Definisi Kepercayaan	17
3.2. Dimensi & Indikator Kepercayaan.....	19
4. Kualitas Produk.....	21
4.1. Definisi Kualitas Produk	21
4.2. Dimensi & Indikator Kualitas Produk	23
5. Kepuasan Pelanggan.....	25
5.1. Definisi Kepuasan Pelanggan	25

5.2. Konsep Kepuasan Pelanggan	25
5.3. Dimensi & Indikator Kepuasan Pelanggan	29
5.4. Pembelian Organisasi	31
B. Penelitian Terdahulu	36
C. Hubungan Antar Variabel	41
1. Hubungan antara Kepercayaan dengan Loyalitas Pelanggan.....	41
2. Hubungan antara Kualitas Produk dengan Loyalitas Pelanggan	42
3. Hubungan antara Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan...	43
D. Rerangka Pemikiran & Pengembangan Hipotesis	44
 BAB III METODE PENELITIAN	
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	45
B. Desain Penelitian.....	45
C. Metode Analisis.....	46
1. Evaluasi <i>Measurement (outer)</i> Model	46
1.1. <i>Convergent Validity</i>	46
1.2. <i>Discriminant Validity</i>	47
1.3. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	47

1.4. <i>Composite Reliability</i>	47
2. Pengujian Model Struktural/Uji Hipotesis (Inner Model)	48
2.1. Nilai R-square.....	49
2.2. <i>Godness of Fit Model</i>	49
2.3. Hasil Pengujian Hipotesis	49
D. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	50
1. Definisi Variabel	50
2. Operasionalisasi Variabel	50
D. Skala Pengukuran	53
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	54
1. Populasi Penelitian	54
2. Sampel Penelitian	55
F. Jenis & Sumber Data.....	56
1. Data Primer	56
2. Data Sekunder	57

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	58
---	----

B. Karakteristik Responden	59
1. Sumber Informasi	60
2. Kategori Perusahaan	61
3. Lama Bekerja Sama	62
C. Deskripsi Variabel	63
1. Kepercayaan	63
2. Kualitas Produk	65
3. Kepuasan Pelanggan	67
4. Loyalitas Pelanggan	69
D. Metode Analisis Data	71
1. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	71
1.1. <i>Convergent Validity</i>	72
1.2. <i>Discriminant Validity</i>	78
1.3. <i>Composite Reliability and Cronbach's Alpha</i>	79
2. Pengujian Model Struktural/Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)	83
2.1. Nilai <i>R-Square</i>	83
2.2. Nilai <i>Predictive Relevance (Q²)</i>	84

2.3. <i>Goodness of Fit Model (GoF)</i>	85
3. Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur)	86
E. Pembahasan	89
1. Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	89
2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan.....	90
3. Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	91
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	93
B. Saran	95
1. Saran Untuk PT. Farrasindo Perkasa.....	95
2. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	95
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	102