

## DAFTAR ISI

|  | Halaman |
|--|---------|
| PERSETUJUAN SKRIPSI .....  | ii      |
| PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....   | iii     |
| PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....  | iv      |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....  | v       |
| <i>ABSTRACT</i> .....  | vi      |
| ABSTRAK .....  | vii     |
| KATA PENGANTAR .....   | viii    |
| DAFTAR ISI.....  | xi      |
| DAFTAR TABEL.....  | xiv     |
| DAFTAR GAMBAR .....  | xv      |
| DAFTAR BAGAN .....   | xvi     |
| DAFTAR LAMPIRAN.....   | xvii    |
| BAB I .....  | 1       |
| 1.1. Latar Belakang.....   | 1       |
| 1.2. Rumusan Masalah.....  | 6       |
| 1.3. Tujuan Penelitian.....  | 7       |
| 1.4. Manfaat Penelitian.....   | 8       |
| 1.5. Sistematika Penelitian .....  | 8       |
| BAB II.....  | 10      |
| 2.1. Landasan Teori .....  | 10      |
| 2.1.1. Kualitas layanan.....   | 10      |
| 2.1.2. Keterlibatan pelanggan .....  | 11      |
| 2.1.3. Kepercayaan merek.....  | 13      |
| 2.1.4. <i>Kepuasan pelanggan</i> .....                                       | 14      |
| 2.1.5. <i>Loyalitas merek</i> .....  | 15      |
| 2.2. Pengembangan Hipotesis.....   | 17      |
| 2.2.1. Pengaruh Kualitas layanan terhadap Keterlibatan pelanggan .....       | 17      |
| 2.2.2. Pengaruh Kualitas layanan terhadap Kepercayaan merek .....            | 18      |
| 2.2.3. Pengaruh Kualitas layanan terhadap Kepuasan pelanggan .....           | 19      |
| 2.2.4. Pengaruh Keterlibatan pelanggan terhadap <i>Loyalitas merek</i> ..... | 19      |

|                |   |           |
|----------------|---|-----------|
| 2.2.5.         | Pengaruh Kepercayaan merek terhadap Loyalitas Merek .....       | 20        |
| 2.2.6.         | Pengaruh Kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas merek .....      | 21        |
| 2.2.7.         | Pengaruh Kualitas layanan terhadap <i>Loyalitas merek</i> ..... | 22        |
| 2.3.           | Kerangka Pemikiran Teoritis.....                                | 23        |
| <b>BAB III</b> | .....   | <b>24</b> |
| 3.1.           | Jenis Penelitian.....   | 24        |
| 3.2.           | Variabel Penelitian .....                                       | 24        |
| 3.2.1.         | Variabel Independen .....                                       | 24        |
| 3.2.2.         | Variabel Dependen.....  | 25        |
| 3.2.3.         | Variabel Intervening .....                                      | 25        |
| 3.3.           | Definisi Operasional Variabel .....                             | 25        |
| 3.4.           | Populasi dan Sampel Penelitian .....                            | 26        |
| 3.4.1.         | Populasi Penelitian .....                                       | 26        |
| 3.4.2.         | Sampel Penelitian.....  | 26        |
| 3.5.           | Sumber Data.....  | 27        |
| 3.6.           | Teknik Pengumpulan Data.....                                    | 28        |
| 3.7.           | Tahapan Analisis Data .....                                     | 28        |
| 3.7.1.         | Analisis SEM-PLS menggunakan Smart-PLS .....                    | 28        |
| 3.7.2.         | Tahapan Analisis SEM PLS .....                                  | 29        |
| <b>BAB IV</b>  | .....   | <b>33</b> |
| 4.1.           | Deskripsi Objek Penelitian.....                                 | 33        |
| 4.1.1.         | Deskripsi Umum Maskapai Lion Air .....                          | 33        |
| 4.1.2.         | Sejarah Singkat Lion Air .....                                  | 33        |
| 4.1.3.         | Visi dan Misi Lion Air .....                                    | 34        |
| 4.2.           | Gambaran Umum Responden .....                                   | 35        |
| 4.2.1.         | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....                  | 35        |
| 4.2.2.         | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....         | 36        |
| 4.2.3.         | Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....             | 36        |
| 4.2.4.         | Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....            | 37        |
| 4.2.5.         | Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran.....            | 38        |
| 4.3.           | Analisis Data .....   | 38        |
| 4.3.1.         | Analisis <i>Outer Model</i> .....                               | 39        |
| 4.3.2.         | Analisis <i>Inner Model</i> .....                               | 44        |

|                |  |    |
|----------------|--|----|
| 4.3.3.         | Uji Hipotesis .....  | 47 |
| 4.3.4.         | Uji Intervening atau Mediasi .....   | 49 |
| 4.3.5.         | Total Effect .....   | 51 |
| 4.4.           | Pembahasan.....  | 52 |
| 4.4.1.         | Pengaruh Kualitas layanan terhadap Keterlibatan pelanggan .....              | 52 |
| 4.4.2.         | Pengaruh Kualitas layanan Terhadap Kepercayaan merek.....                    | 53 |
| 4.4.3.         | Pengaruh Kualitas layanan Terhadap <i>Kepuasan pelanggan</i> .....           | 54 |
| 4.4.4.         | Pengaruh <i>Keterlibatan pelanggan</i> Terhadap <i>Loyalitas merek</i> ..... | 54 |
| 4.4.5.         | Pengaruh Kepercayaan merek Terhadap Loyalitas merek.....                     | 55 |
| 4.4.6.         | Pengaruh <i>Kepuasan pelanggan</i> Terhadap Loyalitas Merek.....             | 56 |
| 4.4.7.         | Pengaruh Kualitas layanan Terhadap Loyalitas merek .....                     | 57 |
| BAB V          | .....  | 59 |
| 5.1.           | Implikasi teoritis.....  | 60 |
| 5.2.           | Implikasi Manajerial .....   | 61 |
| 5.3.           | Keterbatasan Penelitian .....  | 63 |
| 5.4.           | Saran Bagi Penelitian Mendatang .....  | 64 |
| DAFTAR PUSTAKA | .....  | 65 |

