

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI.....	2
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	3
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	4
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	5
ABSTRACT.....	6
ABSTRAK	7
KATA PENGANTAR	8
DAFTAR ISI.....	11
DAFTAR TABEL.....	15
DAFTAR GAMBAR.....	16
DAFTAR LAMPIRAN.....	17
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Problematisasi (<i>Research Gap</i>)	10
1.3 Rumusan Masalah.....	16
1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	17
1.4.1 Tujuan Penelitian.....	17
1.4.2 Kegunaan Penelitian.....	18
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	18
1.6 Sistematika Penelitian.....	19
BAB II.....	20
TELAAH PUSTAKA.....	20
2.1 Landasan Teori	20
2.1.1 Service-Dominant Logic (SDL)	20
2.2 Variabel Penelitian.....	22
2.2.1 Kualitas Layanan	22
2.2.2 Nilai yang Dirasakan	24
2.2.3 Kepuasan Pelanggan.....	25
2.2.4 Loyalitas Pelanggan	28
2.3 Pengaruh Antara Variabel.....	30

2.3.1	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	30
2.3.2	Pengaruh Nilai yang Dirasakan terhadap Kepuasan Pelanggan..	31
2.3.3	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan ...	32
2.3.4	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan	32
2.3.5	Pengaruh Nilai yang Dirasakan terhadap Loyalitas Pelanggan...	33
2.3.6	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan	34
2.3.7	Pengaruh Nilai yang Dirasakan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan.....	35
2.4	Penelitian Terdahulu	36
2.5	Kerangka Pemikiran	41
BAB III		43
METODOLOGI PENELITIAN		43
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	43
3.1.1	Variabel Penelitian	43
3.1.2	Definisi Operasi Variabel.....	44
3.2	Populasi dan Sampel.....	47
3.2.1	Populasi	47
3.2.2	Sampel	47
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	48
3.3.1	Data Primer.....	48
3.3.2	Data Sekunder	48
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas Data	51
3.5.1	Uji Validitas	51
3.5.2	Uji Reliabilitas.....	52
3.6	Teknik Analisis Data	52
3.6.1	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	54
3.6.2	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	56
BAB IV		59
HASIL DAN ANALISIS		59

4.1	Deskripsi Objek Penelitian	59
4.1.1	Deskripsi Umum Objek Penelitian.....	59
4.1.2	Deskripsi Umum Responden.....	60
4.1.2.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
4.1.2.2	Responden Berdasarkan Usia	62
4.1.2.3	Responden Berdasarkan Profesi	64
4.1.2.4	Responden Berdasarkan Frekuensi Berbelanja di Super Indo. 65	
4.2	Hasil Analisis Data	66
4.2.1	Uji <i>Outer Model</i>	66
4.2.1.1	Uji Validitas Konvergen.....	67
4.2.1.2	Uji Validitas Diskriminan.....	69
4.2.1.3	Uji AVE dan <i>Composite Reliability</i>	71
4.2.2	Uji <i>Inner Model</i>	72
4.2.2.1	Koefisien Determinan (R^2)	73
4.2.2.2	Koefisien Determinan (f^2).....	74
4.2.2.3	Relevansi Prediktif (Q^2)	74
4.2.3	Uji Hipotesis (<i>Direct Effect</i>).....	75
4.2.4	Uji Hipotesis (<i>Indirect Effect</i>)	78
4.3	Pembahasan	80
4.3.1	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	80
4.3.2	Pengaruh Nilai yang Dirasakan terhadap Kepuasan Pelanggan..	81
4.3.3	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan ...	83
4.3.4	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan	84
4.3.5	Nilai yang Dirasakan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	85
4.3.6	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan	86
4.3.7	Pengaruh Nilai yang Dirasakan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan.....	87
BAB V		90
PENUTUP		90
5.1	Kesimpulan Penelitian	90

5.2	Implikasi Teoritis	92
5.3	Implikasi Manajerial	93
5.4	Keterbatasan.....	96
5.5	Saran untuk Penelitian Mendatang	96
DAFTAR PUSTAKA		98
LAMPIRAN.....		106

