

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
<i>Sertifikasi</i>	ii
PENGESAHAN TESIS	iii
ABSTRACT.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	10
1.2.1. Pertanyaan Penelitian.....	12
1.2.2. Tujuan Penelitian	13
1.3. Manfaat Penelitian.....	13
BAB II TELAAH PUSTAKA	15
2.1. Telaah Pustaka.....	15
2.1.1. <i>Customer Trust Theory</i>	15
2.1.2. <i>Customer Loyalty</i>	16
2.1.3. <i>Customer Satisfaction</i>	21
2.1.4. <i>Customer Relationship Management</i>	26
2.1.5. <i>Service Quality</i>	30
2.2. Pengembangan Hipotesis	34
2.2.1. Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	34
2.2.2. Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	35
2.2.3. <i>Customer Satisfaction</i> Memediasi Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	36

2.2.4.	<i>Customer Satisfaction</i> Memediasi Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	37
2.2.5.	<i>Customer Satisfaction</i> Berpengaruh terhadap <i>Customer Loyalty</i>	38
2.3.	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	39
BAB III METODE PENELITIAN.....		41
3.1.	Jenis.....	41
3.2.	Populasi dan Sampel.....	41
3.3.	Definisi Operasional Variabel.....	41
3.4.	Metode Pengumpulan Data.....	44
3.5.	Teknik Analisis Data.....	45
3.5.1.	Uji Validitas.....	45
3.5.2.	Uji Reliabilitas.....	45
3.5.3.	Uji Multikolinieritas.....	46
3.5.4.	Uji Koefisien Jalur (<i>Path Coefficient</i>).....	46
3.5.5.	Uji F-Square.....	46
3.5.6.	Uji T.....	47
BAB IV PEMBAHASAN.....		48
4.1.	Gambaran Umum Perusahaan.....	48
4.1.1.	Visi dan Misi PT Mitra Kargo Indonesia.....	49
4.1.2.	Struktur Organisasi PT Mitra Kargo Indonesia.....	50
4.1.3.	Layanan PT Mitra Kargo Indonesia.....	51
4.2.	Model Penelitian.....	52
4.3.	Uji Validitas.....	54
4.4.	Uji Reabilitas.....	57
4.5.	Uji Multikoliniertias.....	58
4.6.	Uji Koefisien Jalur (<i>Path Coefficient</i>).....	59
4.7.	Uji F-Square.....	60
4.8.	Uji T.....	62
4.9.	Pembahasan.....	64
4.9.1.	<i>Customer Relationship Management</i> Berpengaruh Positif terhadap <i>Customer Loyalty</i>	64

4.9.2.	<i>Service Quality</i> Berpengaruh Positif terhadap <i>Customer Loyalty</i> ...	65
4.9.3.	<i>Customer Satisfaction</i> Berperan Sebagai Mediasi pada <i>Customer Relationship Management</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	66
4.9.4.	<i>Customer Satisfaction</i> Berperan Sebagai Mediasi pada <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	67
4.9.5.	<i>Customer Satisfaction</i> Berpengaruh Positif terhadap <i>Customer Loyalty</i>	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		69
5.1.	Kesimpulan.....	69
5.2.	Keterbatasan Penelitian	71
5.3.	Saran Manajerial.....	72
5.4.	Saran Penelitian Kedepan.....	74
DAFTAR PUSTAKA		75
LAMPIRAN		83
LAMPIRAN 1. KUESIONER		83
LAMPIRAN 2. HASIL KUESIONER		89
LAMPIRAN 3. JUMLAH JAWABAN KUESIONER		90
LAMPIRAN 4. OUTPUT SmartPLS 3.0.....		97

