

## DAFTAR ISI

ANALISIS PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN (Studi pada Pengguna Go-Pay pada Aplikasi GO-JEK di Kota Semarang).....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian .....	11
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	11
1.3.2Manfaat Penelitian.....	12
1.4 Sistematika Penelitian .....	13
BAB II.....	15
TINJAUAN PUSTAKA .....	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 Theory of Reasoned Action.....	15
2.1.2 Pemasaran.....	16
2.1.3 Customer Relationship Management .....	17
2.1.4 Kepercayaan .....	20

2.1.5 Kepuasan Pelanggan.....	21
2.1.6 Loyalitas Pelanggan .....	25
2.2. Hubungan Antar Variabel .....	27
2.2.1 Pengaruh Customer Relationship Management terhadap Kepuasan Pelanggan .....	27
2.2.2 Pengaruh Kepercayaan Pelanggan terhadap Kepuasan Konsumen .....	28
2.2.3 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan .....	29
2.2.4 Pengaruh Customer Relationship Management terhadap Loyalitas Pelanggan .....	29
2.2.5 Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	30
2.3 Penelitian Terdahulu .....	31
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	35
2.5 Hipotesis.....	36
BAB III .....	37
METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Variabel Penelitian dan Defini Operasional Variabel.....	37
3.1.1 Variabel Penelitian .....	37
3.1.1.1 Variabel Bebas (Independen Variabel) .....	37
3.1.1.2 Variabel antara (Intervening Variabel).....	38
3.1.1.3 Variabel Terikat (Dependen Variabel) .....	38
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	38
3.3 Populasi Dan Sampel .....	41
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	43
3.5 Metode Analisis Data.....	46
3.5.1 Uji Instrumen Data .....	46
3.5.1.1 Uji Validitas .....	46
3.5.1.2 Uji Reliabilitas.....	47
3.5.2 Analisis Structure Equivalen Model (SEM).....	47
BAB IV .....	54
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	54

4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	54
4.1.1    Gambaran Umum.....	54
4.1.1.1 Sejarah Perusahaan GO-JEK.....	54
4.1.1.2 Visi & Misi Perusahaan.....	56
4.1.2    Deskripsi Responden Penelitian .....	57
4.1.2.1 Deskripsi Berdasarkan Jenis Kelamin .....	58
4.1.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	58
4.1.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	59
4.1.2.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Uang Saku/Penghasilan perbulan	60
4.1.2.5 Deskripsi Berdasarkan Layanan GO-JEK yang sering digunakan ....	61
4.1.2.6 Deskrpsi Berdasarkan Tempat Pengisian Saldo Go-Pay .....	62
4.1.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	62
4.1.3.1 Gambaran Tanggapan Responden tentang Customer Relationship Management .....	63
4.1.3.2 Gambaran Tanggapan Responden tentang Kepercayaan .....	64
4.1.3.4 Gambaran Tanggapan Responden tentang Loyalitas Pelanggan.....	65
4.2 Analisis SEM.....	66
4.2.1 Analisis Faktor Konfirmatory .....	66
4.2.1.1 Uji CFA Konstruk Variabel Eksogen.....	67
4.2.1.2 Uji CFA Konstruk Variabel Endogen .....	69
4.3 Analisis Full Model SEM.....	72
4.4 Uji Normalitas Data.....	75
4.5 Uji Outlier.....	76
4.6 Uji Multikolineritas Singularitas .....	79
4.7 Uji Nilai Residual.....	79
4.8 Uji Reabilitas dan Validitas.....	80
4.9 Uji Hipotesis.....	82
4.10 Analisis Pada Direct Effect, Indirect Effect, dan Total Effect .....	83
4.11 Pembahasan .....	85

4.11.1 Pengaruh Customer Relationship Management terhadap Kepuasan Pelanggan .....	85
4.11.2 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	86
4.11.3 Pengaruh Customer Relationship Management terhadap Loyalitas Pelanggan .....	87
4.11.4 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	88
4.11.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	89
BAB V.....	90
PENUTUP.....	90
5.1 Kesimpulan.....	90
5.2 Implikasi Manajerial.....	93
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	94
5.4 Saran Penelitian Mendatang .....	95
DAFTAR PUSTAKA .....	97



**FEB UNDIP**