

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SERTIFIKASI.....	ii
PENGESAHAN TESIS.....	iii
MOTTO .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang Masalah .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah.....</b>	<b>12</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>14</b>
<b>1.4 Kegunaan Penelitian .....</b>	<b>15</b>
<b>1.4.1 Kegunaan Praktis.....</b>	<b>15</b>
<b>1.4.2 Kegunaan Teoritis.....</b>	<b>16</b>
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL</b>	
<b>PENELITIAN.....</b>	<b>17</b>
<b>2.1 Telaah Pustaka .....</b>	<b>17</b>
<b>2.1.1 <i>Service-Profit Chain Theory</i>.....</b>	<b>17</b>
<b>2.1.2 Kualitas Layanan .....</b>	<b>19</b>
<b>2.1.3 Persepsi Harga.....</b>	<b>21</b>
<b>2.1.4 Kepuasan Penghuni .....</b>	<b>23</b>
<b>2.1.5 Loyalitas Penghuni.....</b>	<b>24</b>
<b>2.2 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>25</b>
<b>2.3 Dampak Variabel Satu Sama Lain.....</b>	<b>39</b>

2.3.1	Dampak Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Penghuni.....	39
2.3.2	Dampak Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Penghuni .....	40
2.3.3	Dampak Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Penghuni.....	42
2.3.4	Dampak Persepsi Harga terhadap Kepuasan Penghuni .....	43
2.3.5	Dampak Kepuasan Penghuni Terhadap Loyalitas Penghuni.....	44
2.3.6	Kepuasan penghuni sebagai faktor mediasi antara kualitas layanan dan loyalitas penghuni .....	45
2.3.7	Kepuasan Penghuni sebagai Mediator antara Persepsi Harga dan Loyalitas Penghuni .....	46
2.4	Kerangka Pemikiran.....	48
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>51</b>
3.1	Jenis Data dan Sumber.....	51
3.2	Populasi dan Pemilihan Sampel.....	51
3.2.1	Populasi.....	51
3.2.2	Sampel Penelitian .....	52
3.3	Definisi Operasional Variabel.....	53
3.3.1	Variabel Penelitian.....	53
3.3.2	Definisi Operasional Penelitian.....	54
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	56
3.5	Instrumen Penelitian.....	57
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	58
3.7	Teknik Analisis Data.....	60
3.7.1	Analisis Model Pengukuran ( <i>Outer model</i> ).....	61
3.7.2	Analisis Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	63
3.8	Prosedur Analisis Data .....	65
<b>BAB IV ANALISIS DATA.....</b>		<b>67</b>
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian dan Data Deskriptif.....	67
4.1.1	Gambaran Umum Bisnis Rumah Kos di Tembalang .....	67
4.1.2	Perkembangan Usaha Rumah kos di Tembalang.....	68

4.1.3	<b>Fasilitas dan Layanan pada Usaha Rumah kos di Tembalang...</b>	<b>70</b>
4.1.4	<b>Deskripsi Informasi Responden.....</b>	<b>74</b>
4.2	<b>Proses dan Temuan Analisis Data .....</b>	<b>79</b>
4.2.1	<b>Analisis <i>Outer model</i>.....</b>	<b>80</b>
4.2.2	<b>Analisis <i>Inner Model</i> .....</b>	<b>92</b>
4.3	<b>Pembahasan Hasil Penelitian .....</b>	<b>100</b>
4.3.1	<b>Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Penghuni.....</b>	<b>100</b>
4.3.2	<b>Pengaruh Persepsi Harga terhadap Loyalitas Penghuni .....</b>	<b>102</b>
4.3.3	<b>Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Penghuni.....</b>	<b>103</b>
4.3.4	<b>Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Penghuni.....</b>	<b>104</b>
4.3.5	<b>Dampak Kepuasan Penghuni terhadap Loyalitas Penghuni ....</b>	<b>104</b>
4.3.6	<b>Peran Kepuasan Penghuni dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Penghuni.....</b>	<b>105</b>
4.3.7	<b>Peran Kepuasan Penghuni dalam Memediasi Pengaruh Persepsi Harga terhadap Loyalitas Penghuni.....</b>	<b>106</b>
<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN .....</b>	<b>108</b>
5.1	<b>Simpulan .....</b>	<b>108</b>
5.2	<b>Implikasi Penelitian .....</b>	<b>112</b>
5.2.1	<b>Implikasi Teoritis .....</b>	<b>112</b>
5.2.2	<b>Implikasi Manajerial .....</b>	<b>114</b>
5.3	<b>Keterbatasan Penelitian .....</b>	<b>118</b>
5.4	<b>Agenda Penelitian Mendatang.....</b>	<b>120</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>123</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>129</b>