

## DAFTAR ISI

SKRIPSI .....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRACT .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	16
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	18
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	18
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	18
1.4 Sistematika Penulisan .....	19
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	21
2.1 Landasan Teori .....	21
2.1.1 Perilaku Konsumen .....	21
2.2 Pengembangan Variabel .....	24
2.2.1 <i>Customer Loyalty</i> .....	24
2.2.2 <i>Customer Satisfaction</i> .....	27
2.2.3 <i>Service Innovation</i> .....	29
2.2.4 <i>Service Quality</i> .....	32
2.3 Penelitian Terdahulu .....	35
2.4 Hipotesis Penelitian .....	37
2.4.1 Hubungan <i>Service Innovation</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i> .....	37
2.4.2 Hubungan <i>Service Quality</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i> .....	37
2.4.3 Hubungan antara <i>Service Innovation</i> dengan <i>Customer Loyalty</i> .....	38
2.4.4 Hubungan antara <i>Service Quality</i> dengan <i>Customer Loyalty</i> .....	39

2.4.5 Hubungan <i>Customer Satisfaction</i> dengan <i>Customer Loyalty</i> .....	39
2.5 Kerangka Pemikiran Penelitian .....	40
BAB III METODE PENELITIAN .....	41
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	41
3.1.1 Variabel Penelitian .....	41
3.1.2 Definisi Operasional Variabel .....	42
3.2 Populasi dan Sampel .....	43
3.2.1 Populasi .....	43
3.2.2 Sampel .....	44
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	45
3.3.1 Data Primer .....	45
3.3.2 Data Sekunder .....	45
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	45
3.5 Metode Analisis .....	47
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	50
4.1 Gambaran Objek Penelitian .....	50
4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	50
4.1.2 Gambaran Responden Penelitian .....	51
4.2. Hasil Analisis Data .....	53
4.2.1 Pengujian Asumsi <i>Structural Equation Model</i> (SEM) .....	53
4.2.2 Analisis Faktor Konfirmatori ( <i>Confirmatory Factor Analysis</i> ) .....	62
4.2.3 Analisis Full Model SEM .....	74
4.2.4 Evaluasi atas Kriteria <i>Goodness of Fit Model</i> .....	75
4.3 Pengujian Hipotesis .....	77
4.4 Hasil Analisis Direct Effect, Indirect Effect dan Total Effects .....	79
BAB V PENUTUP .....	81
5.1 Kesimpulan .....	81
5.2 Implikasi Teoritis .....	83
5.3 Implikasi Manajerial .....	84
5.4 Keterbatasan Penelitian .....	85
5.5 Saran .....	85
DAFTAR PUSTAKA .....	87
LAMPIRAN .....	89