

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SERTIFIKASI.....	ii
PENGESAHAN TESIS.....	iii
MOTTO .....	iv
ABSTRACT .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Kegunaan Penelitian.....	13
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL.....</b>	<b>15</b>
2.1 Telaah Pustaka .....	15
2.1.1 Loyalitas Pelanggan.....	15
2.1.2 Kepuasan Pelanggan.....	17
2.1.3 Digital Marketing.....	20
2.1.4 Citra Perusahaan .....	22
2.2 Penelitian Terdahulu .....	24
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	27
2.3.1 Pengaruh Digital Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan ..	27
2.3.2 Pengaruh Digital Marketing Terhadap Citra PDAM.....	28
2.3.3 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Citra PDAM Kabupaten Semarang .....	29

2.3.4	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	30
2.3.5	Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan .....	31
2.4	Kerangka Pemikiran Teoritis .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>33</b>
3.1	Jenis Penelitian.....	33
3.2	Sumber Data.....	33
3.3	Populasi dan Sampel.....	33
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	34
3.5	Metode Pengumpulan Data.....	36
3.6	Teknik Analisis Data.....	37
3.6.1	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> .....	37
3.6.2	Pengujian Model Struktural .....	38
3.6.3	Pengukuran Overall Fit.....	39
<b>BAB IV HASIL DAN ANALISIS .....</b>		<b>41</b>
4.1	Gambaran Umum Responden .....	41
4.1.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	42
4.1.2	Profil Responden Berdasarkan Usia .....	42
4.1.3	Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	43
4.2	Analisis SEM .....	44
4.2.1	Analisis Faktor Konfirmatori Eksogen dan Endogen .....	44
4.2.2	Analisis <i>Full Model</i> SEM.....	51
4.2.3	Analisis <i>Full Model</i> SEM .....	54
4.3	Pembahasan.....	58
4.3.1	Pengaruh <i>Digital marketing</i> terhadap Kepuasan pelanggan .....	58
4.3.2	Pengaruh <i>Digital marketing</i> terhadap Citra perusahaan.....	60
4.3.3	Pengaruh Kepuasan pelanggan terhadap Citra perusahaan ....	60
4.3.4	Pengaruh Kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas pelanggan	61
4.3.5	Pengaruh Citra perusahaan terhadap Loyalitas pelanggan.....	62

<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>64</b>
<b>5.1 Kesimpulan</b> .....	<b>64</b>
<b>5.2 Implikasi Teoritis</b> .....	<b>65</b>
<b>5.3 Implikasi Kebijakan</b> .....	<b>67</b>
<b>5.4 Keterbatasan Penelitian</b> .....	<b>68</b>
<b>5.5 Saran untuk Penelitian Mendatang</b> .....	<b>69</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>70</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>73</b>

