

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SERTIFIKASI	ii
PENGESAHAN TESIS.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan.....	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Bagi penulis.....	10
1.4.2 Bagi perusahaan.....	10
1.4.3 Bagi pihak lain.....	10
1.5 Sistematika Penulisan	11
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Loyalitas Pelanggan	12
2.1.2 Kepuasan Pelanggan.....	18
2.1.3 Kualitas Pelayanan	20
2.1.4 <i>Service Recovery</i>	23

2.1.5	Persepsi Harga.....	27
2.2	Penelitian Terdahulu	31
2.3	Pengembangan Hipotesis	37
2.3.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	37
2.3.2	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	37
2.3.3	Pengaruh <i>Service Recovery</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	38
2.3.4	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan..	38
2.3.5	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan.....	39
2.3.6	Pengaruh <i>Service Recovery</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.....	39
2.3.7	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	40
2.4	Kerangka Pemikiran	41
BAB III METODE PENELITIAN		42
3.1	Jenis dan sumber data.....	42
3.2	Populasi dan Sampel	42
3.3	Definisi Operasional dan Pengukurannya	43
3.4	Metode Pengumpulan Data	44
3.5	Teknik Analisis Data.....	46
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		51
4.1	Hasil Penelitian	51
4.1.1	Deskripsi Responden.....	51
4.1.2	Hasil Analisis Data	53
4.2	Pembahasan	66
4.2.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	66
4.2.2	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	67
4.2.3	Pengaruh <i>Service Recovery</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	69
4.2.4	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	71

4.2.5	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan.....	72
4.2.6	Pengaruh <i>Service Recovery</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.....	74
4.2.7	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	76
4.2.8	Uji Mediasi Pertama : Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan (Hipotesis Kedelapan)	78
4.2.9	Uji Mediasi Kedua : Persepsi Harga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan (Hipotesis Kesembilan)	78
4.2.10	Uji Mediasi Ketiga : <i>Service Recovery</i> berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan	79
BAB V PENUTUP		81
5.1	Simpulan.....	81
5.2	Implikasi Penelitian.....	83
5.2.1	Implikasi Teoritis.....	83
5.2.2	Implikasi Manajerial	87
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	90
5.4	Agenda Penelitian Mendatang	91
DAFTAR PUSTAKA.....		92
LAMPIRAN.....		98