

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	2
1.1 Gambaran Umum	2
1.2 Latar Belakang.....	5
1.3 Rumusan Masalah	19
1.4 Tujuan Penelitian.....	19
1.5 Manfaat Penelitian.....	20
1.5.1 Manfaat Penelitian Teoritis.....	20
1.5.2 Manfaat Penelitian Praktis	20
1.6 Sistematika Penelitian Tugas Akhir	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	22
2.1 Landasan Teori	22
2.1.1 <i>Service Quality</i>	22
2.1.2 Dimensi <i>Service Quality</i>	23
2.1.3 <i>Brand Image</i>	23
2.1.4 Indikator <i>Brand Image</i>	23
2.1.5 <i>Customer Loyalty</i>	25

2.1.6 Indikator <i>Customer Loyalty</i>	26
2.1.7 <i>Customer Satisfaction</i>	26
2.1.8 Indikator <i>Customer Satisfaction</i>	28
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	28
2.2.1 Pengaruh Service Quality terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	28
2.2.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	29
2.2.3 Pengaruh Service Quality terhadap <i>Customer Loyalty</i>	30
2.2.4. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	31
2.2.5 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	31
2.2.6 Pengaruh Service Quality terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	32
2.2.7 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	33
2.2.8 Pengaruh Service Quality dan <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	33
2.3 Penelitian Terdahulu.....	33
2.4 Kerangka Pemikiran	49
2.5 Hipotesis Penelitian	49
BAB III METODE PENELITIAN.....	49
3.1 Jenis Penelitian	51
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	52
3.2.1 Operasional Variabel	52
3.2.2 Skala Pengukuran	57
3.3. Tahapan Penelitian	58
3.4 Populasi dan Sampel.....	58
3.4.1 Populasi.....	58
3.4.2 Sampel	59
3.5 Teknik Pengumpulan Data	60

3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	61
3.6.1 Uji Validitas.....	61
3.6.2 Uji Reliabilitas	63
3.7 Teknik Analisis Data	64
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	64
3.7.2 Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	66
3.7.3 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	66
3.7.4 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	70
3.8 Uji Hipotesis.....	72
3.8.1 Uji Simultan.....	72
BAB IV	75
PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	75
4.1 Pengumpulan Data.....	75
4.2 Karakteristik Responden	76
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan.....	76
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Berlangganan.....	77
4.3 Hasil Penelitian.....	78
4.3.1 Analisis Deskriptif.....	78
4.3.2 Analisis SEM-PLS.....	91
4.4 Pembahasan	103
4.4.1 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	104
4.4.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	104
4.4.3 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	104
4.4.4 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	106
4.4.5 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	106
4.4.6 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> sebagai Mediasi.....	107

4.4.7 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> sebagai Mediasi.....	107
4.4.8 Pengaruh Service Quality dan Brand Image terhadap Customer Loyalty melalui Customer Satisfaction	108
BAB V.....	111
PENUTUP.....	111
5. 1 Kesimpulan.....	111
5.1 Saran.....	113
5.1.1 Saran bagi Perusahaan	113
5.1.2 Saran bagi Peneliti	114
DAFTAR PUSTAKA	115
LAMPIRAN.....	121