

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Abstraksi.....	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel.....	x
Daftar Gambar.....	xii
BAB I. Pendahuluan	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II. Kajian Pustaka.....	12
2.1. Konsep-konsep Dasar	12
2.1.1. Nilai Pelanggan	12
2.1.2. Persepsi Pelanggan.....	14
2.1.3. Pengalaman Pelanggan.....	16
2.1.4. Kepercayaan Pelanggan.....	19
2.1.5 <i>Word Of Mouth communication</i>	21
2.2. Telaah Hubungan Penelitian	24
2.2.1. Nilai Pelanggan Terhadap Pengalaman Pelanggan.....	24
2.2.2. Persepsi Pelanggan Terhadap Kepercayaan Pelanggan.....	26
2.3.3. Pengalaman Pelanggan Terhadap Kepercayaan Dan <i>Word Of Mouth</i>	27
2.3. Model Empirik Penelitian.....	30

BAB III. Metode Penelitian	31
3.1. Jenis Penelitian.....	31
3.2. Lokasi Penelitian.....	31
3.3. Sumber Data.....	31
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	32
3.5. Populasi dan Sampel.....	32
3.6. Definisi Operasional Variabel.....	33
3.7. Teknik Analisi Data.....	35
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	46
4.2 Responden Rate Kuisisioner.....	47
4.3 Karakteristik Responden	48
4.4 Deskripsi Variabel.....	49
4.4.1 Variabel Nilai Pelanggan (X1).....	50
4.4.2 Variabel Persepsi Pelanggan (X2)	53
4.4.3 Variabel Pengalaman Pelanggan (Y1)	56
4.4.4 Variabel Kepercayaan Pelanggan (Y2).....	59
4.4.5 Variabel <i>Word Of Mouth Communication</i> (Y3)	61
4.5 Pembahasan.....	64
4.5.1 Analisis Data dengan Partial Least Square	64
4.5.2 Pengujian Outer Model (Measurement Model)	64
4.5.3 Pengujian Model Struktural (Inner Model).....	68
4.5.4 Uji Hipotesis.....	69
4.5.5 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	72
4.6 Pembahasan Pengaruh Langsung	73

4.6.1 Pengaruh nilai Pelanggan terhadap Pengalaman Pelanggan Pada Universitas Lakidende	73
4.6.2 Pengaruh Persepsi Pelanggan terhadap Kepercayaan Pelanggan Pada Universitas Lakidende.....	75
4.6.3 Pengaruh Pengalaman Pelanggan terhadap Kepercayaan Pelanggan Pada Universitas Lakidende.....	76
4.6.4 Pengaruh Kepercayaan Pelanggan terhadap <i>word of mouth communication</i> pada Universitas Lakidende.....	77
4.6.5 Pengaruh Pengalaman Pelanggan terhadap <i>word of mouth communication</i> pada Universitas Lakidende.....	78
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN.....	81
5.1 Simpulan	81
5.2 Saran	83
5.3 Implikasi Penelitian.....	84
5.4 Agenda Penelitian Mendatang	86

Daftar Pustaka

Lampiran