

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	i
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penulisan.....	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TELAAH PUSTAKA	9
2.1 <i>Costumer Loyalty</i>	9
2.1.1 Indikator <i>Customer Loyalty</i>	11
2.2 <i>Customer Trust</i>	11
2.2.1 Manfaat <i>Costumer trust</i>	12
2.2.2 Indikator <i>Customer Trust</i>	13
2.3 <i>Customer Satisfaction</i>	13
2.3.1 Dimensi <i>Customer Satisfaction</i>	14
2.3.2 Indikator <i>Customer Satisfaction</i>	15
2.4 <i>Customer Retention</i>	16

2.4.1 Indikator <i>Customer Retention</i>	18
2.5 Perumusan Hipotesis.....	18
2.5.1 Pengaruh <i>Customer Trust</i> Terhadap <i>Customer Retention</i>	18
2.5.2 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Customer Retention</i>	19
2.5.3 Pengaruh <i>Customer Trust</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	19
2.5.4 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	20
2.5.5 Pengaruh <i>Customer Retention</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	20
2.6 Kerangka Pemikiran Teoritis	21
2.6.1 Model Kerangka Pemikiran.....	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Jenis Penelitian.....	22
3.2 Populasi dan Sampel	22
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	24
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	25
3.4.1 Kuesioner.....	25
3.5 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	25
3.6 Teknik Analisis	26
3.6.1 Uji Instrumen.....	26
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	27
3.6.3 Pengujian Hipotesis	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	34
4.1 Hasil Penelitian	34
4.1.1 Gambaran Umum Responden.....	34

4.1.2 Deskripsi Variabel	36
4.1.3 Uji Instrumen	39
4.1.4 Uji Asumsi Klasik	41
4.1.5 Analisis Regresi Berganda	44
4.1.6 Pengujian Hipotesis	45
4.1.7 Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung (Path Analisis).....	48
4.1.8 Koefisien Determinasi (Adjusted R2)	49
4.2 Pembahasan.....	50
4.2.1 Pengaruh Customer Trust Terhadap Customer Retention.....	50
4.2.2 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Customer Retention</i>	51
4.2.3 Pengaruh <i>Customer Trust</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	52
4.2.4 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	53
4.2.5 Pengaruh <i>Customer Retention</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	53
BAB V PENUTUP.....	55
5.1 Kesimpulan	55
5.2 Saran	56
5.3 Keterbatasan Penelitian Dan Agenda Penelitian Yang Akan Datang.....	58
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN.....	62

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1	DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL.....	25
Tabel 4. 1	Usia Responden	34
Tabel 4. 2	Frekuensi Pembelian dalam Setahun	35
Tabel 4. 3	Deskriptif <i>Customer Trust</i>	36
Tabel 4. 4	Deskriptif <i>Customer satisfaction</i>	37
Tabel 4. 5	Deskriptif <i>Customer retention</i>	38
Tabel 4. 6	Deskriptif <i>Customer loyalty</i>	38
Tabel 4. 7	Hasil Uji Validitas	40
Tabel 4. 8	Hasil Uji Reliabilitas.....	39
Tabel 4. 9	Uji Multikolinieritas	42
Tabel 4. 10	Analisis Regresi Berganda Persamaan 1	44
Tabel 4. 11	Analisis Regresi Berganda Persamaan 2	45
Tabel 4. 12	Hasil uji koefisien determinasi (adjusted R2) Persamaan 1	49
Tabel 4. 13	Hasil Uji Koefisien Determinasi (adjusted R2) Persamaan 2	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka penelitian meningkatkan <i>customer loyalty</i> dengan <i>customer trust</i> dan <i>customer satisfaction</i> melalui <i>customer retention</i>	21
Gambar 3. 1 Analisis Jalur Antara <i>Customer Trust</i> dan <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> Melalui <i>Customer Retention</i>	32
Gambar 4. 1 Uji Normalitas Persamaan 1	41
Gambar 4. 2 Uji Normalitas Persamaan 2	42
Gambar 4. 3 Uji Heteroskedastisitas Persamaan 1	43
Gambar 4. 4 Uji Heteroskedastisitas Persamaan 2	43
Gambar 4. 5 Analisis jalur path	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner	62
Lampiran 2 : Data Kuesioner	65
Lampiran 3 : Uji Regresi Pers	66
Lampiran 4 : Uji Reliabilitas	76
Lampiran 5 : Uji Validitas.....	84