

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
LEMBAR PENGESAHAN	v
PERNYATAAN ORISINALITAS	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kebaruan Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Kajian Pustaka	10
2.1.1 <i>Service Quality</i>	10
2.1.2 <i>Customer Satisfaction</i>	14
2.1.3. <i>Corporate Image</i>	17
2.1.4 <i>Customer Loyalty</i>	20
2.2 Hasil Penelitian yang Relevan	26
2.3 Kerangka Teoritik dan Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Objek dan Ruang Lingkup Penelitian	31
3.1.1 Waktu Penelitian	31
3.1.2 Tempat Penelitian.....	31
3.2 Pendekatan Penelitian	31
3.3 Populasi dan Sampel.....	31
3.3.1 Populasi.....	31
3.3.2 Sampel	31
3.4 Penyusunan Instrumen Penelitian	33
3.4.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian	33
3.4.2 Skala Pengukuran.....	36
3.5 Teknik Pengumpulan Data	37

3.6 Teknik Analisis Data	38
3.6.1 Analisis Deskriptif	38
3.6.2 Uji Validitas	39
3.6.3 Uji Reliabilitas	39
3.6.4 Uji Goodness Fit Model	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Deskripsi Data	42
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	43
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan	44
4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan	45
4.2.1 Analisis Deskriptif	45
4.2.2 Hasil Uji Validitas	52
4.2.3 Hasil Realibilitas	53
4.2.4 Hasil Uji <i>Goodness Fit Model</i>	54
4.3 Interpretasi Hasil Penelitian	60
4.3.1 Interpretasi Hasil Penelitian <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	61
4.3.2 Interpretasi Hasil Penelitian <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	62
4.3.3 Interpretasi Hasil Penelitian <i>Service Quality</i> terhadap <i>Corporate Image</i>	62
4.3.4 Interpretasi Hasil Penelitian <i>Service Quality</i> terhadap <i>Corporate Image</i>	62
4.3.5 Interpretasi Hasil Penelitian <i>Corporate Image</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	63
4.3.6 Interpretasi Hasil Penelitian <i>Service Quality</i> terhadap <i>Corporate Image</i>	63
BAB V PENUTUP	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran	64
5.3 Keterbatasan Penelitian	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN-LAMPIRAN	68

DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel II.2 Hipotesis Penelitian.....	29
Tabel III.1 Pembayaran Jamaah Umrah Tahun 2019	32
Tabel III.2 Operasionalisasi Variabel	34
Tabel III.3 Skala Likert.....	37
Tabel III.4 Indeks Kelayakan Model	45
Tabel IV.1 Variabel X (<i>Service Quality</i>)	47
Tabel IV.2 Variabel Y1 (<i>Customer Satisfaction</i>).....	49
Tabel IV.3 Variabel Y2 (<i>Corporate Image</i>)	49
Tabel IV.4 Variabel Z (<i>Customer Loyalty</i>).....	50
Tabel IV.5 Uji Validitas.....	52
Tabel IV.6 <i>Cronbach's Alpha</i>	54
Tabel IV.7 R-Square	55
Tabel IV.8 Fit Model <i>Service Quality</i>	56
Tabel IV.9 Fit Model <i>Customer Satisfaction</i>	57
Tabel IV.10 Fit Model <i>Corporate Image</i>	57
Tabel IV.11 Fit Model <i>Customer Loyalty</i>	58
Tabel IV.12 Estimasi Parameter <i>Regression Weights Model</i>	59
Tabel IV.13 Ringkasan Hipotesis	60
Tabel IV.14 Total, <i>Indirect</i> , and <i>Direct Effect Scores</i>	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Jumlah Jamaah Haji dan Umrah di Indonesia	2
Gambar I.2 Jumlah Jamaah Haji dan Umrah di berbagai negara.....	3
Gambar II.1 Model Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar IV.1 Diagram Jenis Kelamin	41
Gambar IV.2 Diagram Usia	42
Gambar IV.3 Diagram Pekerjaan.....	43
Gambar IV.4 Diagram Satu Pernikahan	44

