

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang masalah.....	1
1.2 Rumusan masalah.....	7
1.3 Tujuan penelitian	8
1.4 Kebaruan penelitian	8
BAB II.....	11
KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Latar Belakang Teori	11
2.1.1 Loyalitas Pelanggan (<i>Customer Loyalty</i>).....	11
2.1.2 Kepuasan Pelanggan (<i>Customer Satisfaction</i>).....	12
2.1.3 Kualitas Pelayanan (<i>Service Quality</i>).....	14
2.1.4 Kewajaran Harga (<i>Price Fairness</i>).....	16
2.2 Kerangka Teori dan hipotesis	18
2.2.1 Kerangka teori.....	18
2.2.2 Kerangka hipotesis.....	22

BAB III.....	23
METODE PENELITIAN.....	23
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	23
3.2 Pendekatan Penelitian	23
3.3 Populasi dan Sampel.....	24
3.3.1 Populasi	24
3.3.2 Sampel.....	24
3.4 Penyusunan Instrumen	25
3.4.1 Variabel penelitian.....	25
3.4.2 Definisi operasional	25
3.4.3 Skala pengukuran	27
3.5 Tehnik Pengumpulan Data	28
3.6 Tehnik Analisis Data.....	28
3.6.1 Analisis deskriptif	28
3.6.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	29
3.6.3 Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	30
3.6.4 Kesesuaian Model.....	30
3.6.5 Pengujian Hipotesis	32
BAB IV.....	33
HASIL DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Deskripsi data	33
4.2 Hasil analisis data	35
4.2.1 Analisis Deskriptif	35
4.2.2 <i>Exploratory Factor Analysis</i>	40
4.2.3 Uji Reliabilitas.....	43

4.2.4	<i>Confirmatory Factor Analysis</i>	43
4.2.5	Full model SEM	47
4.2.6	Fit model.....	48
4.2.7	Uji pengaruh langsung dan tidak langsung	49
4.2.8	Pengujian hipotesis	50
BAB V.....		54
KESIMPULAN DAN SARAN.....		54
5.1	Kesimpulan	54
5.2	Implikasi	55
5.3	Keterbatasan penelitian	56
5.4	Saran penelitian	56
5.4.1	Saran praktis.....	56
5.4.2	Saran teoritis	56
DAFTAR PUSTAKA.....		58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna internet tahun 2020.....	2
Gambar 1.2 Review pelanggan Indihome terkait kualitas pelayanan	4
Gambar 1.3 Keluhan pelanggan Indihome terkait kewajaran harga (<i>price fairness</i>)	6
Gambar 2.1 Model penelitian	22
Gambar 4.1 Model <i>First order construct</i> variabel <i>Service Quality</i>	44
Gambar 4.2 Model <i>First order construct</i> variabel <i>price fairness</i>	45
Gambar 4.3 Model <i>First order construct</i> variabel <i>Customer Satisfaction</i>	45
Gambar 4.4 Model <i>First order construct</i> variabel <i>Customer Loyalty</i>	46
Gambar 4.5 <i>Full model SEM</i>	47
Gambar 4.6 Fit model SEM.....	48

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Persentase pengguna <i>provider</i> internet Indonesia.....	3
Tabel 1.2 Jenis keluhan pelanggan Indihome di Jakarta bulan Januari - Maret 2021.....	5
Tabel 1.3 Harga <i>provider</i> internet di indonesia	6
Tabel 1.4 Kebaruan penelitian.....	8
Tabel 3.1 Operasional variabel.....	23
Tabel 3.2 Pengukuran skala <i>likert</i>	26
Tabel 3.3 <i>Goodness of Fit Indices</i>	30
Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	33
Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan pendidikan.....	33
Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.....	34
Tabel 4.4 Karakteristik responden berdasarkan status pernikahan.....	34
Tabel 4.5 Karakteristik responden berdasarkan pemasukan/bulan.....	34
Tabel 4.6 Karakteristik responden berdasarkan pengeluaran/bulan.....	35
Tabel 4.7 Analisis deskriptif variabel <i>service quality</i>	36
Tabel 4.8 Analisis deskriptif variabel <i>price fairness</i>	37
Tabel 4.9 Analisis deskriptif variabel <i>customer satisfaction</i>	38
Tabel 4.10 Analisis deskriptif variabel <i>customer loyalty</i>	39
Tabel 4.11 KMO dan <i>Bartlett's Test</i> variabel <i>Service Quality</i>	40
Tabel 4.12 <i>Exploratory Factor Analysis</i> variabel <i>Service Quality</i>	40
Tabel 4.13 KMO dan <i>Bartlett's Test</i> variabel <i>Price Fairness</i>	41
Tabel 4.14 <i>Exploratory Factor Analysis</i> variabel <i>Price Fairness</i>	41
Tabel 4.15 KMO dan <i>Bartlett's Test</i> variabel <i>Customer Satisfaction</i>	41
Tabel 4.16 <i>Exploratory Factor Analysis</i> variabel <i>Customer Satisfaction</i>	42
Tabel 4.17 KMO dan <i>Bartlett's Test</i> variabel <i>Customer Loyalty</i>	42
Tabel 4.18 <i>Exploratory Factor Analysis</i> variabel <i>Customer Loyalty</i>	42
Tabel 4.19 Hasil uji reliabilitas.....	43
Tabel 4.20 <i>First order construct</i> variabel <i>Service Quality</i>	44
Tabel 4.21 <i>First order construct</i> variabel <i>price fairness</i>	45

Tabel 4.22 <i>First order construct</i> variabel <i>Customer Satisfaction</i>	46
Tabel 4.23 <i>First order construct</i> variabel <i>Customer Loyalty</i>	46
Tabel 4.24 <i>Full model SEM</i>	47
Tabel 4.25 <i>Fit model SEM</i>	48
Tabel 4.26 Perbandingan hasil <i>full model</i> dan <i>fit model</i>	49
Tabel 4.27 Uji pengaruh langsung dan tidak langsung.....	50
Tabel 4.28 Estimasi parameter <i>regression weight model</i> berdasarkan <i>fit model</i>	50
Tabel 4.29 Model persamaan struktural.....	51