

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>LEMBAR PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
2.1 Teori-teori terkait dengan penelitian .....	11
2.1.1 <i>Customer Loyalty</i> .....	11
2.1.2 <i>Customer Experience</i> .....	13
2.1.3 <i>Price Fairness</i> .....	16
2.1.4 <i>Customer Satisfaction</i> .....	18
2.2 Pengembangan Hipotesis dan Kerangka Berfikir .....	19
2.2.1 Pengembangan Hipotesis .....	19
2.2.2 Hasil Penelitian yang Relevan .....	28
2.2.3 Kerangka Penelitian .....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian .....	34
3.1.1 Waktu .....	34
3.1.2 Tempat Penelitian.....	34

3.2 Desain Penelitian.....	34
3.3 Populasi dan Sampel .....	35
3.3.1 Populasi .....	35
3.3.2 Sampel.....	35
3.4 Pengembangan Instrumen .....	37
3.5 Skala Pengukuran.....	42
3.6. Teknik Analisis Data.....	43
3.6.1 Analisis Deskriptif .....	43
3.6.2 Uji Validitas .....	43
3.6.3 Uji Reliabilitas .....	44
3.6.4 Uji Kelayakan Model.....	45
3.6.5 Uji Hipotesis.....	46
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>48</b>
4.1 Deskripsi Data.....	48
4.1.1 Profil Responden.....	48
4.1.2 Profil Data .....	51
4.2. Hasil .....	58
4.2.1 Uji Validitas .....	58
4.2.2 Uji Reliabilitas .....	59
4.2.3 Uji Kelayakan Model.....	59
4.2.4 Uji Hipotesis.....	63
4.3 Pembahasan.....	65
4.3.1 Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	65
4.3.2 Pengaruh <i>Price fairness</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	66
4.3.3 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	67
4.3.4 Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	67
4.3.5 Pengaruh <i>Price Fairness</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	68
4.3.6 Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> yang dimediasi oleh <i>Customer Satisfaction</i> .....	69
4.3.7 Pengaruh <i>Price Fairness</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> yang dimediasi oleh <i>Customer Satisfaction</i> .....	70
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>71</b>
5.1 Kesimpulan .....	71
5.2. Implikasi.....	72
5.2.1 Implikasi Teoretis.....	72
5.2.2. Implikasi Praktis.....	73
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	75

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>77</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>85</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>101</b>

