DAFTAR ISI

ABSTRAK i

ABSTRACT ii

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI iii

PERNYATAAN ORISINALITAS iv

KATA PENGANTAR v

DAFTAR ISI viii

DAFTAR TABEL x

DAFTAR GAMBAR xii

DAFTAR LAMPIRAN xiii

BAB I PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang Masalah 1
B. Identifikasi Masalah 8
C. Pembatasan Masalah 9
D. Perumusan Masalah 10
E. Manfaat Penelitian 10

BAB II KERANGKA TEORETIK 12

A. Kajian Pustaka 12
   1. Kualitas Layanan 12
   2. Harga 19
   3. Citra Merek 23
   4. Loyalitas Pelanggan 26
B. Hasil Penelitian yang Relevan 30
C. Kerangka Teoritik 40
D. Perumusan Hipotesis Penelitian 42
   1. Model Penelitian 42
   2. Hipotesis 43

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 44

A. Tujuan Penelitian 44
B. Tempat dan Waktu Penelitian 45
C. Metode Penelitian 45
D. Populasi dan Sampel 46
   1. Populasi 46
   2. Sample 47
E. Teknik Pengumpulan Data dan Variabel Operasional 49

1. Prosedur Pengumpulan Data 49
2. Variabel Penelitian dan Pengukurannya 51
F. Teknik Analisis Data 56
1. Analisis Deskriptif 56
2. Uji Validitas dan Reliabilitas 57
3. Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung 58
4. Pengujian Hipotesis 59
5. Uji Kesesuaian Model 59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 64
A. Deskripsi Unit Analisis 64
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia 64
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Jenis Kelamin 65
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan 66
B. Hasil Analisis dan Pembahasan 67
1. Analisis Deskriptif 67
C. Uji Validitas dan Relibilitas 69
1. Variabel Kualitas Pelayanan 72
2. Variabel Harga 73
3. Variabel Citra Merek 73
4. Variabel Loyalitas Pelanggan 74
D. Comfirmatory Factor Analysis 74
1. Second Order Construct 75
2. Full Model SEM 82
3. Fit Model SEM 85
E. Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung 88
F. Pengujian Hipotesis 89
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN 92
A. Kesimpulan 92
B. Implikasi 93
1. Implikasi Manajerial 93
2. Implikasi Teoritis 94
3. Implikasi Deskriptif 96
C. Saran 100
1. Saran untuk Telkomsel Simpati 100
2. Saran untuk penelitian selanjutnya 101
DAFTAR PUSTAKA 103
LAMPIRAN 105
RIWAYAT HIDUP PENULIS 132

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
I.1	Top Brand Index 2015 Fase 1 Kategori: Telekomunikasi/ IT	6
1.2	Daftra Harga Internet Provider Indonesia	6
I.3	Top Brand Index 2016 Fase 1 Kategori: Telekomunikasi/ IT	8
II.1	Matrix Variabel	39
III.1	Operasionalisasi Variabel Kualitas Pelayanan(X1), Harga(X2), Citra Merek (Y), Loyalitas Pelanggan (Z)	53
III.2	Skala Likert	55
III.3	Goodness of Fit Indices	62
IV.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia .	64
IV.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Jenis Kelamin	65
IV.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Pendapatan	67
IV.4	Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan	69
IV.5	Hasil Uji Validitas Harga	69
IV.6	Hasil Uji Validitas Citra Merek	69
IV.7	Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan	70
IV.8	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	71
IV. 9	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga.....	72
IV.10	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek	72
IV.11	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan.....	73
IV.12	*Second Order* Kualitas Pelayanan.....	75
IV.13	*Second Order* Harga.....	77
IV.14	*Second Order* Citra Merek	79
IV.15	*Second Order* Loyalitas Pelanggan	80
IV.16	*Full Model* SEM.....	84

IV.17 *Fit Model* SEM 85
IV.18 Indikator *Fit Model* SEM 87
IV.19 Pengaruh Langsung Tidak Langsung 89
IV.20 Model Persamaan Struktural 90
IV.21 Hasil Pengujian Hipotesis 90

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
I.1	25 Negara Penggunaan Internet dari 2013-2018	3
II.1	Model Gap Kualitas Pelayanan.....	17
II.2	Kerangka Pemikiran	42
III.1	Diagram Konseptual Full Model	63
IV.1	Model Kualitas Pelayanan	75
IV.2	Model Harga	77
IV.3	Model Citra Merek.....	78
IV.4	Model Loyalitas Pelanggan	80
IV.5	*Full Model* SEM	82
IV.6	*Full Model T-Value* SEM	83
IV.7	*Fit Model* SEM	85
IV.8	*Fit Model T-Value* SEM	89

DAFTAR LAMPIRAN

1. KELUHAN PELANGGAN SIMPATI TELKOMSEL MELALUI TWITTER DAN FACEBOOK 105
2. KUESIONER PENELITIAN 108
3. DATA RESPONDEN 114
   A. Variabel Kualitas Pelayanan 114
   B. Variabel Harga 116
   C. Variabel Citra Merek 118
   D. Variabel Loyalitas Pelangan 120
4. HASIL FAKTOR ANALISIS 122
   A. Variabel Kualitas Pelayanan 122
   B. Variabel Harga 123
   C. Variabel Citra Merek 124
   D. Variabel Loyalitas Pelanggan 125
5. GOODNESS OF FIT 126
   A. Variabel Kualitas Pelayanan 126
   B. Variabel Harga 127
   C. Variabel Citra Merek 128
   D. Variabel Loyalitas Pelanggan 129
6. OUTPUT PENGARUH LANGSUNG TIDAK LANGSUNG 130
7. STANDARDIZED TOTAL EFFECTS 131