

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
PERNYATAAN ORISINALITAS	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB 1	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Batasan Masalah	8
D. Rumusan Masalah.....	9
E. Manfaat Penelitian	9
BAB 2	10

A.	Deskripsi Konseptual.....	10
1.	<i>Service</i>	10
2.	<i>Customer Loyalty</i>	13
3.	<i>Service Quality</i>	19
4.	<i>Tariff</i>	23
5.	<i>Corporate Image</i>	27
F.	Hasil Penelitian Relevan.....	29
G.	Kerangka Teoritik.....	42
H.	Perumusan Hipotesis.....	44
BAB 3		47
A.	Tujuan Penelitian	47
B.	Waktu dan Tempat Penelitian	47
C.	Metode Penelitian	48
D.	Penentuan Populasi dan Sampel	49
1.	Populasi.....	49
2.	Sampel.....	49
E.	Metode Pengumpulan Data dan Variabel Operasional	51
1.	Prosedur pengumpulan data	51
2.	Variabel Penelitian dan Pengukurannya	52
3.	Skala Pengukuran	60

F. Teknik Analisis Data	61
1. Analisis Deskriptif	61
2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	62
3. Uji Hipotesis.....	64
4. <i>Pilot Study</i>	70
BAB 4	83
A. Deskripsi Data	83
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	83
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	84
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	84
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Bulanan	85
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Menggunakan Jasa Penerbangan	86
6. Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Menggunakan Citilink...	86
B. Hasil Pengujian dan Pembahasan	87
1. Analisis deskriptif	87
2. Uji Validitas dan Reliabilitas	93
3. <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	99
BAB 5	120
A. Kesimpulan.....	120

B.	Implikasi.....	122
C.	Saran	125
1.	Saran untuk Citilink Indonesia	125
2.	Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	126
DAFTAR PUSTAKA		128
RIWAYAT HIDUP		132
Lampiran		133

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar Tarif Penerbangan Maskapai LCC	5
Tabel 1. 2 TOP Brand Award Fase 1 2012 - 2016	7
Tabel 2. 1 Matrix Variabel	40
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel	54
Tabel 3. 2 Skala Likert	61
Tabel 3. 3 Tabel Goodness of fit indices.....	67
Tabel 3. 4 Jenis Kelamin Responden.....	71
Tabel 3. 5 Usia Responden.....	71
Tabel 3. 6 Pekerjaan Responden.....	72
Tabel 3. 7 Pendapatan Bulanan Responden	72
Tabel 3. 8 Alasan Bepergian Responden	73
Tabel 3. 9 Alasan Responden Menggunakan Citilink	74
Tabel 3. 10 <i>KMO and Bartlett's Test</i> Kualitas Pelayanan	74
Tabel 3. 11 Pernyataan dan <i>Factor Loading</i> Variabel Kualitas Pelayanan	75
Tabel 3. 12 <i>KMO and Bartlett's Test</i> Tarif	78
Tabel 3. 13 Pernyataan dan <i>Factor Loading</i> Variabel Tarif	78
Tabel 3. 14 <i>KMO and Bartlett's Test</i> Citra Maskapai.....	80
Tabel 3. 15 Pernyataan dan <i>Factor Loading</i> Variabel Citra Maskapai	80
Tabel 3. 16 <i>KMO and Bartlett's Test</i> Loyalitas Penumpang.....	81
Tabel 3. 17 Pernyataan dan <i>Factor Loading</i> Variabel Loyalitas Penumpang	82
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	83

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	84
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	85
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Bulanan	86
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Menggunakan Jasa Penerbangan	86
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Menggunakan Citilink	87
Tabel 4. 7 Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan	87
Tabel 4. 8 Deskriptif Variabel Tarif	89
Tabel 4. 9 Deskripsi Variabel Citra Maskapai	91
Tabel 4. 10 Deskriptif Variabel Loyalitas Penumpang.....	92
Tabel 4. 11 <i>KMO and Bartlett's Test</i> Variabel Kualitas Pelayanan	94
Tabel 4. 12 Pernyataan dan <i>Factor Loading</i> Variabel Kualitas Pelayanan	94
Tabel 4. 13 <i>KMO and Bartlett's Test</i> Variabel Tarif	96
Tabel 4. 14 Pernyataan dan <i>Factor Loading</i> Variabel Tarif	96
Tabel 4. 15 <i>KMO and Bartlett's Test</i> Variabel Citra Maskapai	97
Tabel 4. 16 Pernyataan dan <i>Factor Loading</i> Variabel.....	98
Tabel 4. 17 <i>KMO and Bartlett's Test</i> Variabel Loyalitas Penumpang.....	98
Tabel 4. 18 <i>KMO and Bartlett's Test</i> Variabel Loyalitas Penumpang.....	99
Tabel 4. 19 <i>Second Order</i> Kualitas Pelayanan.....	101
Tabel 4. 20 <i>Second Order</i> Variabel Tarif.....	102
Tabel 4. 21 <i>Second Order</i> Variabel Citra Maskapai.....	104
Tabel 4. 22 <i>Second Order</i> Variabel Loyalitas Penumpang.....	105
Tabel 4. 23 <i>Full Model SEM</i>	109
Tabel 4. 24 <i>Fitted Model SEM</i>	110

Tabel 4. 25 Indikator <i>Full Model</i>	112
Tabel 4. 26 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	115
Tabel 4. 27 Model Persamaan Struktural.....	117
Tabel 5. 1 Hasil Pengujian Hipotesis.....	121

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Produksi Badan Usaha Angkutan Udara Domestik 2015	2
Gambar 2. 1 Value Added by Tangible versus Intangible Elements in Goods and Services	12
Gambar 2. 2 Empat jenis loyalitas	14
Gambar 2. 3 Model Pembentukan image pengalaman mengenai stimulus	27
Gambar 2. 4 Model Penelitian	45
Gambar 3. 1 Kerangka LISREL	69
Gambar 4. 1 Model Second Order Kualitas Pelayanan	100
Gambar 4. 2 Model Second Order Tarif	102
Gambar 4. 3 Model Second Order Citra Maskapai	103
Gambar 4. 4 Model Second Order Loyalitas Penumpang.....	105
Gambar 4. 5 Full Model SEM	107
Gambar 4. 6 <i>Full Model t-value</i> SEM	108
Gambar 4. 7: Fitted Model SEM	110
Gambar 4. 8: T-values Fitted Model.....	116