

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL.....	V
DAFTAR GAMBAR	VII
BAB I.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Pembatasan Masalah	6
D. Perumusan Masalah	6
E. Kegunaan Penelitian.....	7
BAB II.....	8
A. Deskripsi Konseptual	8
1. Loyalitas Pelanggan (<i>Customer Loyalty</i>).....	8
2. Kepuasan Pelanggan (<i>Customer Satisfaction</i>).....	15
3. Harga (<i>Price</i>)	25
4. Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	32
B. Hasil Penelitian Relevan	39
C. Kerangka Teoritik	51
D. Perumusan Hipotesis.....	54
BAB III	55
A. Tujuan Penelitian	55
B. Tempat dan Waktu Penelitian	56
C. Metode Penelitian.....	57
D. Populasi dan Sampel	59
1. Populasi.....	59
2. Sampel	60
E. Teknik Pengumpulan Data.....	64
1. Variabel Independen (Variable Bebas).....	65
2. Variabel Dependen (Variable Terikat)	65
3. Variabel <i>Intervening</i> (Variabel Mediasi).....	66

4.	Oprasionalisasi Variabel	67
5.	Skala Pengukuran	70
F.	Teknik Analisis Data	70
1.	Analisis Deskriptif	72
2.	Uji Validitas dan Reliabilitas	73
3.	Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	77
4.	Pengujian Hipotesis	78
5.	Uji Kesesuaian Model.....	79
BAB IV	86
A.	Deskripsi Data	86
1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	86
2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	87
3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	88
4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	88
5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin dan usia.....	89
6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin dan pekerjaan..	89
B.	Hasil Pengujian dan Pembahasan.....	91
1.	Analisis Deskriptif	91
C.	Uji Validitas dan Reliabilitas Data.....	100
1.	Variabel Harga (<i>Price</i>).....	101
2.	Variabel Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	103
3.	Variabel Kepuasan Pelanggan (<i>Customer Satisfaction</i>)	105
4.	Variabel Loyalitas Pelanggan(<i>Customer Loyalty</i>).....	107
D.	Comfirmatory Factor Analysis.....	108
1.	<i>Second Order Construct</i>	108
2.	<i>Full Model SEM</i>	117
3.	<i>Fit Model SEM</i>	118
E.	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	120
F.	Pengujian Hipotesis.....	122
BAB V	125
A.	Kesimpulan	125

B. Implikasi.....	127
C. Saran.....	135
DAFTAR PUSTAKA	137
LAMPIRAN.....	
1. Kuesioner Penelitian	
2. Output Faktor Analisis	
3. Output Reliabilitas	
4. <i>Goodness Of Fitted</i>	
5. Syntax Lisrel (<i>Fit Model</i>).....	
6. Output Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	
7. <i>Standardized Total Effects</i>	
8. <i>Structural Equations</i>	

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 <i>Top Brand Award</i> Kategori Telekomunikasi tahun 2011-2016	1
Tabel I. 2 Perbandingan harga paket internet 2015.....	2
Tabel II. 1 Penelitian Terdahulu.....	49
Tabel III. 1 Kajian Penelitian Terdahulu.....	61
Tabel III. 2 Oprasionalisasi Variabel	67
Tabel III. 3 Bobot Penilaian Skala Likert	71
Tabel III. 4 <i>Goodness of Fit Indices</i>	77
Tabel IV. 1.....	87
Tabel IV. 2	87
Tabel IV. 3	88
Tabel IV. 4	89
Tabel IV. 5	89
Tabel IV. 6	90
Tabel IV. 7	92
Tabel IV. 8	94
Tabel IV. 9	96
Tabel IV. 10	98
Tabel IV. 11	101
Tabel IV. 12	102
Tabel IV. 13	103
Tabel IV. 14	104
Tabel IV. 15	105
Tabel IV. 16	105
Tabel IV. 17	107
Tabel IV. 18	107
Tabel IV. 19	109
Tabel IV. 20	111
Tabel IV. 21	113
Tabel IV. 22	115
Tabel IV. 23	118
Tabel IV. 24	119
Tabel IV. 25	121
Tabel IV. 26	122

DAFTAR GAMBAR

Gambar III. 1 Diagram Konseptual <i>Full Model</i>	72
Gambar IV. 1.....	109
Gambar IV. 2.....	111
Gambar IV. 3.....	113
Gambar IV. 4.....	115
Gambar IV. 5.....	117
Gambar IV. 6.....	119