

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTRACT.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
PERNYATAAN ORISINALITAS	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	10
C. Pembatasan Masalah	10
D. Perumusan Masalah	11
E. Kegunaan Penelitian.....	12
BAB II. KAJIAN TEORITIK	13
A. Deskripsi Konseptual	13
1. Loyalitas Pelanggan (<i>Customer Loyalty</i>).....	13
2. Kepercayaan (<i>Trust</i>)	19
3. Harga (<i>Price</i>)	24
4. Kualitas Pelayanan (<i>Service Quality</i>)	28
B. Hasil Penelitian Relevan	36
C. Kerangka Teoritik	61
D. Perumusan Hipotesis.....	63
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	66
A. Tujuan Penelitian	66
B. Tempat dan Waktu Penelitian	67
C. Metode Penelitian.....	67
D. Populasi dan Sampel	68

1. Populasi.....	68
2. Sampel	68
E. Teknik Pengumpulan Data.....	71
1. Variabel Bebas	72
2. Variabel Terikat	72
3. Variabel <i>Intervening</i> (Variabel Mediasi).....	73
4. Oprasionalisasi Variabel.....	73
5. Skala Pengukuran	77
F. Teknik Analisis Data.....	78
1. Analisis Deskriptif	78
2. Uji Validitas dan Reliabilitas	79
3. Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	81
4. Pengujian Hipotesis	81
5. Uji Kesesuaian Model.....	82
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	86
A. Deskripsi Data.....	86
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia.....	86
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Status	87
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	87
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	88
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Menggunakan Jasa Penerbangan AirAsia.....	89
6. Karakteristik Responden Berdasarkan Banyaknya Menggunakan Jasa Penerbangan AirAsia.....	89
7. Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Perjalanan.....	90
B. Hasil Pengujian dan Pembahasan.....	91
1. Analisis Deskriptif	91
C. Uji Validitas dan Reliabilitas Data.....	95
1. Variabel Kualitas Pelayanan (<i>Service Quality</i>)	96
2. Variabel Harga (<i>Price</i>).....	97
3. Variabel Kepercayaan (<i>Trust</i>).....	99

4. Variabel Loyalitas Pelanggan (<i>Customer Loyalty</i>).....	100
D. <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	101
1. <i>Second Order Construct</i>	101
2. <i>Full Model SEM</i>	109
3. <i>Fit Model SEM</i>	112
E. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	115
F. Pengujian Hipotesis.....	117
BAB V. KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	121
A. Kesimpulan	121
B. Implikasi.....	123
C. Saran.....	126
DAFTAR PUSTAKA	129
LAMPIRAN.....	135
1. Kuesioner Penelitian	135
2. Output Faktor Analisis	140
3. Output Reliabilitas	144
4. <i>Goodness of Fitted</i>	145
5. <i>Syntax Lisrel (Fit Model)</i>	150
6. Output Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung.....	152
7. <i>Standardized Total Effects</i>	153
8. <i>Structural Equations</i>	153
9. Window Awal Lisrel.....	154
RIWAYAT HIDUP PENULIS	155

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Lalu Lintas Udara Dalam Negeri 2011-2015	2
Tabel I. 2 Daftar Harga Tiket Penerbangan LCC	4
Tabel I. 3 <i>Top Brand Award</i> Kategori Penerbangan tahun 2012-2014.....	5
Tabel I. 4 <i>Top Brand Award</i> Kategori Penerbangan tahun 2014-2016.....	8
Tabel II. 1 Penelitian Terdahulu.....	60
Tabel III. 1 Kajian Penelitian Terdahulu.....	70
Tabel III. 2 Oprasionalisasi Variabel	73
Tabel III. 3 Bobot Penilaian Skala Likert	78
Tabel III. 4 <i>Goodness of Fit Indices</i>	84
Tabel IV. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia.....	87
Tabel IV. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Status	87
Tabel IV. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	88
Tabel IV. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	88
Tabel IV. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Menggunakan Jasa Penerbangan AirAsia.....	89
Tabel IV. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Banyaknya Menggunakan Jasa Penerbangan AirAsia.....	90
Tabel IV. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Perjalanan.....	90
Tabel IV. 8 Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan.....	91
Tabel IV. 9 Deskriptif Variabel Harga.....	92
Tabel IV. 10 Deskriptif Variabel Kepercayaan.....	93
Tabel IV. 11 Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan	94
Tabel IV. 12 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	96
Tabel IV. 13 Pernyataan dan <i>Factor Loading</i> Variabel Kualitas Pelayanan	96
Tabel IV. 14 Hasil Uji Validitas Variabel Harga	97
Tabel IV. 15 Pernyataan dan <i>Factor Loading</i> Variabel Harga	98
Tabel IV. 16 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan.....	99

Tabel IV. 17 Pernyataan dan <i>Factor Loading</i> Variabel Kepercayaan	99
Tabel IV. 18 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan	100
Tabel IV. 19 Pernyataan dan <i>Factor Loading</i> Variabel Loyalitas Pelanggan	100
Tabel IV. 20 <i>Second Order Construct</i> Variabel Kualitas Pelayanan.....	102
Tabel IV. 21 <i>Second Order Construct</i> Variabel Harga.....	104
Tabel IV. 22 <i>Second Order Construct</i> Variabel Kepercayaan.....	106
Tabel IV. 23 <i>Second Order Construct</i> Variabel Loyalitas Pelanggan	107
Tabel IV. 24 <i>Full Model SEM</i>	111
Tabel IV. 25 <i>Fit Model SEM</i>	112
Tabel IV. 26 Indikator <i>Fit Model</i>	114
Tabel IV. 27 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	116
Tabel IV. 28 Model Persamaan Struktural.....	118
Tabel V. 1 Hasil Pengujian Hipotesis	122

DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1 Kerangka Model Penelitian	64
Gambar III. 1 Diagram Konseptual <i>Full Model</i>	85
Gambar IV. 1 Model <i>Second Order Construct</i> Variabel Kualitas Pelayanan	102
Gambar IV. 2 Model <i>Second Order Construct</i> Variabel Harga	104
Gambar IV. 3 Model <i>Second Order Construct</i> Variabel Kepercayaan	105
Gambar IV. 4 Model <i>Second Order Construct</i> Variabel Loyalitas Pelanggan.....	107
Gambar IV. 5 <i>Full Model</i> SEM	109
Gambar IV. 6 <i>Full Model T-values</i> SEM	110
Gambar IV. 7 <i>Fit Model</i> SEM	112
Gambar IV. 8 <i>T-values Fit Model</i>	117