

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR ORISINALITAS	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.4. Perumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian	11
1.5. Kegunaan Penelitian	12
BAB II KAJIAN TEORITIK, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	13
2.1. Deskripsi Konseptual.....	13
2.1.1. Loyalitas Konsumen	13
2.1.2. Kepuasan Konsumen	17
2.1.3. Kualitas Layanan	23
2.1.4. Harga.....	27
2.2. <i>Review</i> Penelitian yang Relevan.....	32
2.3. Kerangka Teoritik.....	43
2.4. Kerangka Pemikiran.....	46
2.4. Hipotesis Penelitian	46
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	48
3.2. Tempat, Waktu, dan Objek Penelitian	48
3.3. Metode Penelitian	49
3.4. Populasi & Sampel	50
3.4.1. Populasi	50
3.4.2. Sampel	50
3.5. Teknik Pengumpulan Data	52
3.6. Operasionalisasi Variabel	54
3.7. Skala Pengukuran	58
3.8. Teknik Analisis Data	59
3.8.1. Analisis Deskriptif	59
3.8.2. Uji Validitas dan Reliabilitas	59

3.8.3. Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	61
3.8.4. Kesesuaian Model	61
3.8.5. Pengujian Hipotesis	64
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	66
4.1 Deskripsi Data	66
4.2 Hasil Analisis Data	67
4.2.1 Uji Validitas dan Realibilitas	67
4.2.2 Analisis Deskriptif	70
4.2.3 Hasil <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	75
4.2.4 Full Model SEM	82
4.2.5 <i>Fit</i> Model SEM	84
4.3 Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	86
4.4 Uji Hipotesis	88
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	93
5.1 Kesimpulan	93
5.2 Implikasi	94
5.3 Saran	96
5.3.1 Saran Praktis	96
5.3.2 Saran Teoritis	97
DAFTAR PUSTAKA.....	98

DAFTAR TABEL

	Halaman
TABEL I.1 <i>Top Brand Award Provider</i> terbaik di Indonesia	3
TABEL I.2 <i>Top Brand Award Provider</i> terbaik di Indonesia	4
TABEL I.3 Perbandingan First Media dengan Kompetitornya.....	5
TABEL II.1 Tabel Penelitian Terdahulu	42
TABEL III.1 Operasionalisasi variabel.....	54
TABEL III.2 Pengukuran Skala Likert.....	60
TABEL III.3 Goodness of Fit Indices	65
TABEL IV.1 Jenis kelamin dan usia responden.....	67
TABEL IV.2 Jenis kelamin dan pekerjaan responden.....	68
TABEL IV.3 Hasil uji validitas.....	69
TABEL IV.4 Hasil uji reliabilitas.....	70
TABEL IV.5 Nilai analisis deskriptif variable kepuasan konsumen.....	71
TABEL IV.6 Nilai analisis deskriptif variabel kualitas layanan.....	73
TABEL IV.7 Nilai analisis deskriptif variable harga.....	75
TABEL IV.8 Nilai analisis deskriptif variabel loyalitas konsumen.....	77
TABEL IV.9 <i>Second order construct</i> variable kepuasan konsumen.....	79
TABEL IV.10 <i>Second order construct</i> variable kualitas layanan.....	80
TABEL IV.11 <i>Second order construct</i> variable harga.....	81
TABEL IV.12 <i>Second order construct</i> variable loyalitas konsumen.....	82
TABEL IV.13 Full Model Goodness of Fit Indices.....	84
TABEL IV.14 Full Model Goodness of Fit Indices.....	86
TABEL IV.15 Indikator Fit Model.....	86
TABEL IV.16 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	88
TABEL IV.17 Model Persamaan Struktur.....	90

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
GAMBAR I.1 <i>Trend Chart Indonesia Internet Users 2015</i>	2
GAMBAR II.1 Kerangka Pemikiran	47
GAMBAR III.1 Konseptual <i>Full Model</i>	66
GAMBAR IV.1 Model Second Order Construct Variabel Kepuasan Konsumen.....	78
GAMBAR IV.2 Model Second Order Construct Variabel Kualitas Layanan.....	79
GAMBAR IV.3 Model Second Order Construct Variabel Harga.....	80
GAMBAR IV.4 Model Second Order Construct Variabel Loyalitas Konsumen.....	81
GAMBAR IV.5 Full Model SEM.....	83
GAMBAR IV.6 Fit Model.....	85
GAMBAR IV.7 T-Values SEM.....	89

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	102
1. Kuesioner Penelitian.....	103
2. <i>OUTPUT VALIDITAS PRODUCT MOMENT PEARSON CORRELATION.....</i>	108
3. <i>OUTPUT RELIABILITAS.....</i>	113
4. VALIDITAS KESELURUHAN.....	114
5. <i>OUTPUT GOODNESS OF FIT.....</i>	116
6. <i>OUTPUT PENGARUH LANGSUNG DAN TIDAK LANGSUNG.....</i>	126
7. <i>STANDARIDZED TOTAL EFFECTS.....</i>	127