

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
LEMBAR ORISINALITAS	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN TEORETIK	
A. Deskripsi Konseptual	11
1. Loyalitas Pelanggan	11
2. Harga	15
3. Kualitas Pelayanan	20
4. Kepuasan Pelanggan	27
B. Hasil Penelitian Relevan	35
C. Kerangka Pemikiran.....	43
D. Model Penelitian	44
E. Hipotesis.....	45
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Objek dan Ruang Lingkup Penelitian	46
B. Metode Penelitian	46
C. Populasi dan Sampling	47
D. Variabel Penelitian dan Pengukurannya	49
E. Skala Pengukuran.....	53
F. Teknik Pengumpulan Data	54
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Deskriptif Unit Analisis	62
B. Analisis Deskriptif	65
C. Teknik Analisis Data	73
D. <i>Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i>	76
E. Pengujian Hipotesis.....	83

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	87
B. Implikasi.....	88
C. Saran	89
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN	97
RIWAYAT HIDUP.....	138

DAFTAR TABEL

	Judul	Halaman
Tabel 1.1	Layanan Ojek Online Berbasis Aplikasi	3
Tabel 2.1	Matriks Penelitian Terdahulu.....	43
Tabel 3.1	Hasil Penelitian yang Relevan	48
Tabel 3.2	Variabel Operasional.....	50
Tabel 3.3	Skala Likert.....	53
Tabel 3.4	Kategori skor jawaban.....	55
Tabel 3.5	<i>Goodness of Fit Indices</i>	60
Tabel 4.1	Analisis Deskriptif Harga	66
Tabel 4.2	Analisis Deskriptif Kualitas Produk.....	68
Tabel 4.3	Analisis Deskriptif Kepuasan Pelanggan	70
Tabel 4.4	Analisis Deskriptif Loyalitas Pelanggan	72
Tabel 4.5	Uji Validitas	74
Tabel 4.6	Uji Reliabilitas	75
Tabel 4.7	<i>Second Order</i> Kualitas layanan	77
Tabel 4.8	<i>Second Order</i> Kualitas Pelayanan.....	78
Tabel 4.9	<i>Second Order</i> Kepuasan Pelanggan	80
Tabel 4.10	<i>Second Order</i> Loyalitas Pelanggan.....	81
Tabel 4.11	<i>Goodness of Fit Full Model SEM</i>	83
Tabel 4.12	Rangkuman Analisis Path.....	84

DAFTAR GAMBAR

Judul	Halaman
Gambar 1.1 Faktor Yang Mempengaruhi Orang Tidak Loyal	7
Gambar 2.1 Lima Kesenjangan Kualitas Jasa	22
Gambar 2.2 <i>Customer Perceptions of Quality Customer Satisfaction</i>	29
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	44
Gambar 3.1 Model AMOS Yang Akan Dikembangkan	61
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	63
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	64
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Untuk Transportasi Umum.....	65
Gambar 4.5 Model Harga	76
Gambar 4.6 Model Kualitas Pelayanan	78
Gambar 4.7 Model Kepuasan Pelanggan	79
Gambar 4.8 Model Loyalitas Pelanggan	80
Gambar 4.9 <i>Full Model SEM</i>	82

DAFTAR LAMPIRAN

Judul	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner	97
Lampiran 3 Uji Validitas.....	102
Lampiran 4 Reliabilitas.....	107
Lampiran 5 Analisis Faktor Variabel Loyalitas	111
Lampiran 6 Analisis Faktor Variabel Harga	115
Lampiran 7 Analisis Faktor Variabel Kualitas Pelayanan	119
Lampiran 8 Analisis Faktor Variabel Kepuasan Pelanggan	121
Lampiran 9 Deskripsi Data	124
Lampiran 10 Full Model	127
Lampiran 11 Fit Model.....	133