

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i	
Lembar Pengesahan	ii	
Lembar Pernyataan.....	iii	
Kata Pengantar	iv	
Halaman Pernyataan Persetujuan Publikasi.....	v	
Abstrak	vi	
<i>Abstract</i>	vii	
Daftar Isi.....	viii	
Daftar Gambar.....	xi	
Daftar Tabel	xii	
BAB I		
PENDAHULUAN		1
1.1. Latar Belakang.....	1	
1.2. Penelitian Terdahulu.....	6	
1.3. Kesenjangan Penelitian	8	
1.4. Tujuan Penelitian.....	10	
1.5. Batasan Masalah	10	
1.6. Manfaat Kegunaan Penelitian.....	10	
BAB II		
TINJAUAN PUSTAKA		12
2.1. Pemulihan Layanan	12	
2.2. Kepuasan Pelanggan.....	16	
2.3. Loyalitas Pelanggan.....	19	
BAB III		
KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS		22
3.1. Kerangka Konseptual	22	
3.2. Hipotesis Penelitian	25	
3.2.1. Hubungan Pemulihan Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan	26	
3.2.2. Hubungan Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan	28	
3.2.3. Hubungan Pemulihan Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan.....	30	

BAB IV	
METODE PENELITIAN	33
4.1. Desain Penelitian	33
4.2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	33
4.2.1. Pemulihan Pelayanan	33
4.2.2. Kepuasan Pelanggan (Y1).....	35
4.2.3. Loyalitas Pelanggan (Y2).....	37
4.3. Teknik Pengumpulan Data dan Pengambilan Sampel.....	38
4.3.1. Metode Pengukuran.....	38
4.4. Populasi dan Sample.....	39
4.4.1. Populasi.....	39
4.4.2. Sampel	39
4.5. Jenis dan Sumber Data	39
4.6. Uji kualitas Data	40
4.6.1. Uji Validitas	40
4.6.2. Uji Reabilitas	41
4.6.3. Prosedure Structural Equation Model (SEM)	42
4.7. Metode Analisis.....	43
4.8. Etika Penelitian.....	44
BAB V	
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
5.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	45
5.1.1. Sejarah Singkat Indovision.....	45
5.1.2. Profil Indovision	46
5.2. Pelaksanaan Penelitian	51
5.2.1. Pelaksanaan Pretest	51
5.2.1.1. Pembahasan Uji Validitas.....	51
5.3. Pelaksanaan Survei.....	52
5.4. Hasil Penelitian.....	53
5.4.1. Analisis Deskriptif Demografi Responden	53
5.4.2. Analisis Perbedaan Respon Responden	54

5.4.2.1. Perbedaan Respon Berdasarkan Jenis Kelamin	55
5.4.2.2. Perbedaan Respon Berdasarkan Umur	55
5.4.2.3. Perbedaan Respon Berdasarkan Pekerjaan	56
5.4.2.4. Perbedaan Respon Berdasarkan Alasan Berlangganan	57
5.4.2.5. Perbedaan Respon Berdasarkan Lama Berlangganan	57
5.4.2.6. Perbedaan Respon Berdasarkan Metode Pembayaran	58
5.4.2.7. Perbedaan Respon Berdasarkan Penghasilan	59
5.4.2.8. Perbedaan Respon Berdasarkan Jumlah Pengguna Layanan	59
5.4.2.9. Perbedaan Respon Berdasarkan Penawaran Provider Televisi Berbayar	60
5.4.2.10. Perbedaan Respon Berdasarkan Pembuat Keputusan Berlangganan	61
5.4.3. Analisa Hasil Penelitian dengan SEM	61
5.4.3.1. Analisis Model Pengukuran	61
5.4.3.2. Analisa Kesesuaian Seluruh Model	63
5.4.4. Pengujian Hipotesis	67
5.4.4.1. Pemulihan Pelayanan Meningkatkan Kepuasan Pelanggan	68
5.4.4.2. Kepuasan Pelanggan Meningkatkan Loyalitas Pelanggan	69
5.4.4.3. Pemulihan Pelayanan Meningkatkan Loyalitas Pelanggan	70
5.4.4.4. Analisa Mediasi Pemulihan Pelayanan Pelanggan	71
BAB VI	
IMPLIKASI MANAJERIAL	73
BAB VII	
PENUTUP	85
7.1. Kesimpulan	85
7.2. Keterbatasan Penelitian	86
7.1. Saran Untuk Peneliti Selanjutnya	87