

DAFTAR ISI

Halaman	
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Pembatasan Masalah	7
1.4 Perumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian	8
1.6.1 Manfaat Teoritis	8
1.6.2 Manfaat Praktis	9
1.6.2.1 Manfaat Bagi Penulis	9
1.6.2.1 Manfaat Bagi Perusahaan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Customer Loyalty (Loyalitas Pelanggan).....	10
2.1.1 Merancang dan Menciptakan Customer Loyalty.....	10
2.1.2 Prinsip – Prinsip Customer Loyalty.....	11

2.1.3	Mempertahankan <i>Customer Loyalty</i>	12
2.1.4	Tingkatan <i>Customer Loyalty</i>	13
2.1.5	Dimensi <i>Customer Loyalty</i>	14
2.2	<i>Customer Satisfaction</i> (Kepuasan Pelanggan)	14
2.2.1	Aspek Pengukur <i>Customer Satisfaction</i>	14
2.2.2	Cara Mengukur <i>Customer Satisfaction</i>	14
2.2.3	Dimensi <i>Customer Satisfaction</i>	16
2.3	<i>Customer Experience</i> (Pengalaman Pelanggan)	16
2.3.1	Klasifikasi <i>Customer Experience</i>	17
2.3.2	Dimensi <i>Customer Experience</i>	18
2.4	<i>Service Quality</i> (Kualitas Pelayanan)	18
2.4.1	Prinsip-Prinsip <i>Service Quality</i>	19
2.4.2	Dimensi <i>Service Quality</i>	20
2.5	Hasil Penelitian Sebelumnya	20
2.6	Hubungan Antar Variabel.....	27
2.6.1	Hubungan <i>Customer Experience</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i>	27
2.6.2	Hubungan <i>Service Quality</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i>	27
2.6.3	Hubungan <i>Customer Satisfaction</i> dengan <i>Customer Loyalty</i>	28
2.6.4	Hubungan Customer Experience dengan Customer Loyalty	28
2.6.5	Hubungan <i>Service Quality</i> dengan <i>Customer Loyalty</i>	28
2.6.6	Hubungan <i>Customer Experience</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	29
2.6.7	Hubungan <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	29
2.7	Hipotesis	29
2.8	Metode Penelitian.....	30
	BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1	Desain Riset	31
3.2	Jenis dan Sumber Data	31
3.2.1	Jenis Data.....	31
3.2.2	Sumber Data.....	32
3.3	Populasi, Sample dan Teknik Pengambilan Data	32
3.3.1	Populasi.....	32
3.3.2	Sample	32
3.3.3	Teknik Pengambilan Sample	33
3.4	Unit Analisis	33

3.5	Definisi Operasional Variabel.....	33
3.6	Teknik Analisis Data.....	36
3.6.1	Uji Intrumen.....	36
3.6.1.1	Uji Validitas	36
3.6.1.2	Uji Reliabilitas	37
3.6.2	Analisis Deskriptif.....	38
3.6.3	Uji Asumsi Klasik	39
3.6.3.1	Uji Normalitas	39
3.6.3.2	Uji Multikolinearitas	39
3.6.3.3	Uji Heteroskedastisitas	40
3.6.3.4	Uji Autokorelasi	40
3.6.4	Model Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	40
3.6.5	Uji F.....	43
3.6.6	Uji t.....	43
3.6.7	Koefisien Determinasi	43
BAB IV HASIL PENELITIAN		44
4.1	Gambaran Objek Penelitian	44
4.2	Karakteristik Responden.....	44
4.2.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin di Restoran Solaria Supermall Karawaci Tangerang.....	44
4.2.2	Responden Berdasarkan Usia di Restoran Solaria Supermall Karawaci Tangerang	45
4.2.3	Responden Berdasarkan Pekerjaan di Restoran Solaria Supermall Karawaci Tangerang.....	46
4.2.4	Responden Berdasarkan Seberapa Sering Berkunjung ke Restoran Solaria Supermall Karawaci Tangerang	46
4.3	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	47
4.3.1	Uji Validitas	47
4.3.2	Uji Reliabilitas	50
4.4	Analisis Deskriptif.....	52
4.4.1	Indeks Variabel <i>Customer Experience</i>	53
4.4.2	Indeks Variabel <i>Service Quality</i>	55
4.4.3	Indeks Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	57
4.4.4	Indeks Variabel Customer Loyalty	58
4.5	Uji Asumsi Klasik	59
4.5.1	Uji Normalitas	59

4.5.2 Uji Multikolinearitas	60
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	60
4.5.4 Uji Autokorelasi	61
4.6 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	62
4.6.1 Analisis Jalur Tahap 1	62
4.6.2 Analisis Jalur Tahap 2	65
4.6.3 Analisis Jalur Tahap 3	69
4.6.4 Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung dan Pengaruh Total....	70
BAB V PEMBAHASAN	72
5.1 Pembahasan Hasil Penelitian	72
5.1.1 Pengaruh <i>Customer Experience</i> (X1) Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> (Z).....	72
5.1.2 Pengaruh <i>Service Quality</i> (X2) Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> (Z) ...	72
5.1.3 Pengaruh <i>Customer Experience</i> (X1) Terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Y).	73
5.1.4 Pengaruh <i>Service Quality</i> (X2) Terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Y)	73
5.1.5 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> (Z) Terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Y) ..	74
5.1.6 Pengaruh <i>Customer Experience</i> (X1) Terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Y) Melalui <i>Customer Satisfaction</i> (Z).....	74
5.1.7 Pengaruh <i>Service Quality</i> (X2) Terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Y) Melalui <i>Customer Satisfaction</i> (Z).....	75
5.2 Temuan Penelitian.....	75
5.3 Keterbatasan Penelitian	76
BAB VI PENUTUP	77
6.1 Kesimpulan	77
6.2 Saran	78
6.2.1 Bagi perusahaan	78
6.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	78
6.3 Iplikasi Penelitian	78
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	83