

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIS	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	16
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	16
1.2. Latar Belakang Penelitian	17
1.3. Perumusan Masalah.....	23
1.4. Tujuan Penelitian.....	23
1.5. Batasan Penelitian	24
1.6. Manfaat Penelitian.....	24
1.7. Sistematika Penulisan.....	24
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	26
2.1. Tinjauan Pustaka Penelitian	26
2.1.1. Pemasaran	26
2.1.2. Pemasaran Jasa.....	26
2.1.3. Kepercayaan.....	26
2.1.4. <i>Brand image</i> (Citra Merek).....	27
2.1.5. Kualitas Layanan.....	28
2.1.6. Kepuasan Pelanggan	29
2.1.7. Loyalitas Pelanggan	30
2.1.8. <i>Customer Relationship Management</i> (CRM)	31

2.1.9.	<i>Structural Equation Modelling (SEM)</i>	32
2.1.10.	Penelitian Terdahulu	34
2.1.11.	Posisi Penelitian	42
2.2.	Kerangka Pemikiran	47
2.3.	Hipotesis Penelitian	48
2.4.	Ruang Lingkup Penelitian	51
2.5.	Keterkaitan Penelitian dengan SDGs	52
BAB III METODE PENELITIAN		53
3.1.	Jenis Penelitian	53
3.2.	Operasional Variabel	53
3.3.	Tahapan Penelitian	60
3.4.	Populasi dan Sampel	63
3.4.1.	Populasi	63
3.4.2.	Sampel.....	63
3.5.	Pengumpulan Data	64
3.6.	Uji Validitas dan Reliabilitas	65
3.6.1.	Uji Validitas	65
3.6.2.	Uji Reliabilitas	65
3.7.	Teknik Analisis Data	65
3.7.1.	<i>Structural Equation Modelling (SEM)</i>	66
3.7.2.	Analisis Statistik Deskriptif	69
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		72
4.1.	Karakteristik Responden	72
4.2.	Hasil Penelitian.....	73
4.2.1.	<i>Partial Least Square SEM (SEM-PLS)</i>	73
4.2.2.	Hasil Pengujian Hipotesis	84
4.2.3.	Hasil Perhitungan Statistik.....	87
4.3.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	90
4.3.1.	Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan	90

4.3.2.	Pengaruh <i>Brand image</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.....	91
4.3.3.	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	92
4.3.4.	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan	93
4.4.	Usulan Strategi CRM	93
4.4.1.	Strategi CRM dengan Meningkatkan <i>Brand Image</i>	93
4.4.2.	Strategi CRM dengan Meningkatkan Kepuasan Pelanggan	94
4.4.3.	Strategi CRM dengan Meningkatkan Kualitas Layanan.....	96
4.4.4.	Validasi Usulan Strategi CRM.....	97
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		98
5.1.	Kesimpulan.....	98
5.2.	Saran.....	98
5.3.	Implikasi.....	99
5.3.1.	Implikasi Manajerial	99
5.3.2.	Implikasi Teoritis	99
DAFTAR PUSTAKA		100