

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
ABSTRAK .....	xi
ABSTRACT.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	3
1.3. Pertanyaan Penelitian .....	4
1.4. Tujuan Penelitian .....	5
1.5. Manfaat Penelitian .....	5
1.6. Lingkup Penelitian .....	6
1.7. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II.....	8
LANDASAN TEORI.....	8
2.1. Nilai yang dipersepsikan pelanggan.....	8

2.2.	Kepuasan pelanggan.....	9
2.3.	Keterikatan pelanggan.....	11
2.4.	Kesetiaan pelanggan.....	13
2.5.	Kajian Penelitian Terdahulu.....	15
2.6.	Perumusan Hipotesis.....	17
2.6.1.	Pengaruh nilai yang dipersepsikan pelanggan pada kepuasan pelanggan .....	17
2.6.2.	Pengaruh nilai yang dipersepsikan pelanggan pada keterikatan pelanggan .....	18
2.6.3.	Pengaruh kepuasan pelanggan pada keterikatan pelanggan.....	19
2.6.4.	Pengaruh kepuasan pelanggan pada kesetiaan pelanggan .....	20
2.6.5.	Pengaruh keterikatan pelanggan pada kesetiaan pelanggan.....	20
2.7.	Model Penelitian .....	21
BAB III.....		22
Metode Penelitian.....		22
3.1.	Desain Penelitian.....	22
3.2.	Definisi Operasional.....	22
3.3.	Metode Pengumpulan Data .....	24
3.3.1.	Populasi dan Sampel .....	24
3.4.	Instrumen Penelitian.....	25
3.5.	Pengujian Instrumen Penelitian.....	26

3.5.1. Uji Validitas .....	26
3.5.2. Uji Reliabilitas .....	27
3.6. Metode Analisis Data .....	28
3.6.1. Uji Hipotesis.....	28
3.6.2. Analisis Regresi Linier Sederhana .....	28
BAB IV .....	30
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	30
4.1. Pengumpulan Data .....	30
4.2. Analisis Profil Responden.....	30
4.2.1. Profil Responden Menurut Jenis Kelamin .....	31
4.2.2. Profil Responden Menurut Usia.....	31
4.2.3. Profil Responden Menurut Pendidikan Terakhir .....	32
4.2.4. Profil Responden Menurut Pekerjaan .....	33
4.2.5. Profil Responden Menurut Pendapatan Perbulan .....	33
4.2.6. Karakteristik Responden Menurut Frekuensi Pembelian Produk Clarynthelabel Selama 6 Bulan Terakhir .....	34
4.2.7. Karakteristik Responden Menurut Frekuensi Pembelian Produk Clarynthelabel Setiap Bulan.....	35
4.2.8. Karakteristik Responden Menurut Jenis Produk Yang Dibeli .....	35
4.2.9. Karakteristik Responden Menurut Alasan Pembelian Produk.....	36
4.3. Hasil Uji Instrumen .....	37
4.3.1. Hasil Uji Validitas.....	37

4.3.2. Hasil Uji Reliabilitas .....	39
4.4. Analisis Statistik Deskriptif .....	40
4.5. Hasil Pengujian Hipotesis .....	42
4.5.1. Hipotesis 1: Nilai yang dipersepsikan pelanggan berpengaruh positif pada kepuasan pelanggan.....	44
4.5.2. Hipotesis 2: Nilai yang dipersepsikan pelanggan berpengaruh positif pada keterikatan pelanggan .....	45
4.5.3. Hipotesis 3: Kepuasan pelanggan berpengaruh positif pada keterikatan pelanggan.....	46
4.5.4. Hipotesis 4: Kepuasan pelanggan berpengaruh positif pada kesetiaan pelanggan .....	46
4.5.5. Hipotesis 5: Keterikatan pelanggan berpengaruh positif pada kesetiaan pelanggan .....	47
BAB V .....	49
SIMPULAN DAN SARAN .....	49
5.1. Kesimpulan .....	49
5.2. Implikasi Manajerial Penelitian .....	50
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	53
5.4. Saran.....	53
LAMPIRAN.....	61
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	61

Lampiran 2. Uji Validitas Menggunakan SPSS Versi 25. ....	66
Lampiran 3. Uji Validitas Menggunakan Smart-PLS .....	67
Lampiran 4. Uji Reliabilitas Menggunakan SPSS Versi 25 .....	69
Lampiran 5. Profil Responden .....	71
Lampiran 6. Analisis Statistik Deskriptif.....	74
Lampiran 7. Uji Hipotesis Menggunakan SPSS Versi 25.....	74