

Daftar Isi

Daftar Isi.....	2
Daftar Tabel	6
Daftar Gambar.....	7
Abstrak	8
BAB I	10
PENDAHULUAN	10
1.1 Latar Belakang	10
1.2 Rumusan Masalah	18
1.3 Pertanyaan Penelitian	20
1.4 Tujuan Penelitian.....	21
1.5 Kontribusi Penelitian	22
1.5.1 Kontribusi Teoritis.....	23
1.5.2 Kontribusi Praktis	23
1.6 Ruang Lingkup Penelitian	24
1.7 Sistematika Penulisan.....	24
BAB II.....	26
LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS	26
2.1 Service Dominant (SD) Logic	26
2.2 Cognitive Dissonance Theory	29
2.3 Kualitas Layanan	30
2.4 Kualitas Pengalaman	31
2.5 Nilai yang dipersepsikan	32
2.6 Kepuasan Konsumen	33
2.7 Lama Hubungan	34
2.8 Pengalaman Penggunaan	35
2.9 Loyalitas Konsumen.....	36
2.10 Penelitian Terdahulu.....	38
2.11 Pengembangan Hipotesis	48

2.11.1 Kualitas Pengalaman Pada Nilai yang dipersepsikan	48
2.11.2 Kualitas Pengalaman Pada Kepuasan Konsumen.....	49
2.11.3 Nilai yang dipersepsikan Pada Loyalitas Konsumen.....	51
2.11.4 Kepuasan Konsumen Pada Loyalitas Konsumen	52
2.11.5 Pengaruh mediasi Nilai yang dipersepsikan pada Kualitas Layanan dan Loyalitas Konsumen	53
2.11.6 Pengaruh mediasi Kepuasan Konsumen Pada kualitas layanan dan Loyalitas Konsumen	55
2.11.7 Pengaruh Mediasi Kepuasan Konsumen Pada Nilai yang dipersepsikan Dan Loyalitas Konsumen.....	56
2.11.8 Pengaruh Moderasi Lama Hubungan Dan Pengalaman Penggunaan Pada Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen	57
2.12 Model Penelitian.....	59
BAB III	60
METODE PENELITIAN.....	60
3.1 Desain Penelitian	60
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	61
3.2.1 Kualitas Layanan	61
3.2.2 Kualitas Pengalaman.....	62
3.2.3 Nilai yang dipersepsikan.....	64
3.2.4 Kepuasan Konsumen	65
3.2.5 Lama Hubungan.....	66
3.2.6 Pengalaman Penggunaan	67
3.2.7 Loyalitas Konsumen	67
3.3 Populasi dan Sampel	68
3.4 Instrumen Penelitian.....	71
3.4.1 Uji Validitas	71
3.4.2 Uji Reliabilitas	73
3.4.3 Hasil Uji Validitas (Pra Uji)	73
3.4.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	76
3.5 Teknik Pengumpulan Data	77

3.6 Teknik Analisis Data	79
3.6.1 Uji Hipotesis dengan Model Structural	83
BAB IV	87
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	87
4.1 Hasil Pengumpulan Data	87
4.2 Uji Instrumen	88
4.2.1 Uji Validitas	88
4.2.2 Uji Reliabilitas	93
4.3 Karakteristik Responden	94
4.4 Karakteristik Data Penelitian	96
4.5 Pengujian Hipotesis	101
4.6 Pembahasan	111
4.6.1 Kualitas Pengalaman pada Nilai yang Dipersepsikan	112
4.6.2 Kualitas Pengalaman pada Kepuasan Konsumen	114
4.6.3 Nilai yang Dipersepsikan pada Loyalitas Konsumen	115
4.6.4 Kepuasan Konsumen pada Loyalitas Konsumen	115
4.6.5 Nilai yang Dipersepsikan memediasi Kualitas Layanan dan Loyalitas Konsumen	116
4.6.6 Kepuasan Konsumen memediasi Kualitas Layanan dan Loyalitas Konsumen	117
4.6.7 Kepuasan Konsumen memediasi Nilai yang Dipersepsikan dan Loyalitas Konsumen	118
4.6.8 Moderasi Lama hubungan pada Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen	120
4.6.9 Moderasi pengalaman penggunaan pada Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen	121
BAB V	123
PENUTUP	123
5.1 Simpulan	123
5.2 Kontribusi Penelitian	125
5.2.1 Kontribusi Teoritis	125

5.2.2 Kontribusi Praktis	126
5.2.3 Implikasi Manajerial	126
5.3 Keterbatasan dan Saran Penelitian Mendatang	127
Daftar Pustaka	128

Daftar Tabel

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu yang Relevan	38
Tabel 3. 1 Item Kualitas Layanan	62
Tabel 3. 2 Item Kualitas Pengalaman	63
Tabel 3. 3 Item Nilai yang dipersepsikan	65
Tabel 3. 4 Item Kepuasan Konsumen	66
Tabel 3. 5 Item Loyalitas Konsumen	68
Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas Konvergen.....	74
Tabel 3. 7 Hasil Validitas Konvergen.....	75
Tabel 3. 8 Hasil Uji Validitas Diskriminan.....	76
Tabel 3. 9 Hasil Pengujian Reliabilitas	77
Tabel 4. 1 Tingkat Pengembalian Kuesioner	88
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Konvergen.....	91
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Diskriminan.....	92
Tabel 4. 4 Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	93
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden	94
Tabel 4. 6 Karakteristik Data Variabel Kualitas Layanan	97
Tabel 4. 7 Karakteristik Data Variabel Kualitas Pengalaman.....	97
Tabel 4. 8 Karakteristik Data Variable Nilai Yang Dipersepsikan	99
Tabel 4. 9 Karakteristik Data Variabel Kepuasan Konsumen	100
Tabel 4. 10 Karakteristik Data Variabel Loyalitas Konsumen	100
Tabel 4. 11 Kesesuaian Model.....	102
Tabel 4. 12 Hasil Uji Hipotesis dengan Model Struktural	103
Tabel 4. 13 Indirect Effect	106
Tabel 4. 14 Direct Effect.....	107
Tabel 4. 15 Hasil Uji Analisis Multi – Group Variabel Lama Hubungan	109
Tabel 4. 16 Hasil Uji Analisis Multi – Group Variabel Pengalaman Penggunaan	110
Tabel 4. 17 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis	112

Daftar Gambar

Gambar 4. 1 Hasil Uji Hipotesis Direct dengan Model Struktural	103
Gambar 4. 2 Hasil Uji Hipotesis Indirect dengan Model Struktural.....	106