

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
INTISARI	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan	5
1.4. Manfaat.....	5
1.5. Kebaruan Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	7
2.1. Penelitian Terdahulu.....	7
2.2. Landasan Teori.....	12
2.3. Kerangka Pemikiran.....	22
2.4. Hipotesis Penelitian.....	23
BAB III Metode Penelitian	25
3.1. Metode Dasar.....	25
3.2. Bahan dan Alat Penelitian	25
3.3. Waktu dan Lokasi.....	25
3.4. Instrumen Penelitian.....	25
3.5. Populasi dan Sampel	26
3.6. Teknik dan Metode Pengumpulan Data	27
3.7. Pembatasan Masalah.....	28
3.8. Definisi dan Pengukuran Variabel Penelitian	28
3.9. Teknik Analisis Data	33
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	43
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	43
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	47
5.1 Hasil dan Pembahasan	47

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	80
6.1. Kesimpulan	80
6.2. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	90

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Penjualan Tiga Produk Unggulan Naturindo Fit Tahun 2023....	3
Tabel 3. 1 Skala Likert	26
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	29
Tabel 3. 3 Tabel Spesifikasi Model Pengukuran Kepuasan Pelanggan	35
Tabel 3. 4 Tabel Spesifikasi Model Pengukuran Loyalitas Pelanggan	35
Tabel 3. 5 Tabel Spesifikasi Model Pengukuran Pengaruh Variabel Mediasi	35
Tabel 3. 6 Tabel Parameter Dan Rule Of Thumb Validitas Convergent.....	36
Tabel 3. 7 Tabel Parameter Dan Rule Of Thumb Validitas Discriminant	36
Tabel 3. 8 Tabel Parameter Dan Rule Of Thumb Uji Reliabilitas.....	37
Tabel 5. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	47
Tabel 5. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Tabel 5. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	48
Tabel 5. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	49
Tabel 5. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	50
Tabel 5. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Produk yang Dibeli	50
Tabel 5. 7 Distribusi Frekuensi Kualitas Produk (KP)	51
Tabel 5. 8 Distribusi Frekuensi Kualitas Layanan (KL)	52
Tabel 5. 9 Distribusi Frekuensi Harga Produk (HP).....	52
Tabel 5. 10 Distribusi Frekuensi Kepercayaan Konsumen (KK)	53
Tabel 5. 11 Distribusi Frekuensi Kepuasan Pelanggan (KPL).....	54
Tabel 5. 12 Distribusi Frekuensi Loyalitas Pelanggan (LP).....	54
Tabel 5. 13 Hasil Uji Validitas Menggunakan Nilai Outer Loading	56
Tabel 5. 14 Hasil Uji Kedua Validitas Menggunakan Nilai Outer Loading	57
Tabel 5. 15 Nilai Average Variance Extracted (AVE).....	59
Tabel 5. 16 Hasil Uji Validitas Menggunakan Cross Loading	60
Tabel 5. 17 Hasil Pengujian Fornell- Larcker Criterion	61
Tabel 5. 18 Hasil Pengujian Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT).....	61
Tabel 5. 19 Hasil Uji Reliabilitas	62
Tabel 5. 20 Nilai Koefisien Determinasi (R square) Variabel Endogen.....	63
Tabel 5. 21 Nilai F ² Variabel Eksogen.....	64
Tabel 5. 22 Hasil Uji Hipotesis 1 dan 2 (Hasil Analisis <i>Direct Effect</i>).....	65
Tabel 5. 23 Hasil Uji Hipotesis 3 (Hasil Analisis <i>Spesific Indirect Effect</i>).....	73
Tabel 5. 24 Nilai <i>Direct, Indirect, Total Effect</i> Faktor terhadap Loyalitas	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Siklus Pembelian.....	12
Gambar 2. 2 Skema Kerangka Pemikiran	23
Gambar 3. 1 Indikator Penelitian.....	27
Gambar 3. 2 Model Penelitian.....	32
Gambar 3. 3 Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, harga produk dan kepercayaan konsumen terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan	34
Gambar 5. 1 Path Diagram Final.....	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kebaruan Penelitian	90
Lampiran 2. Produk Naturindo Fit.....	92
Lampiran 3. Hasil Uji PLS-SEM.....	923