

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
1.5. Lingkup Penelitian.....	10
1.6. Sistematika Penulisan.....	11
1.7. Simpulan.....	12
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1. Deskripsi Teori	13
2.1.1 Pemulihan Layanan.....	13
2.1.2. Perilaku Penjualan Relasional.....	14
2.1.3. Kepercayaan Pelanggan	15
2.1.4. Kepuasan Pelanggan	16
2.1.5. Loyalitas Pelanggan	17
2.2. Penelitian Terdahulu.....	18
2.3. Pengembangan Hipotesis Penelitian.....	19

2.2.1. Hubungan antara Pemulihan terhadap Kepercayaan Pelanggan.....	20
2.2.2. Hubungan antara Pemulihan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	20
2.2.3. Hubungan antara Perilaku Penjualan Relasional dan Kepercayaan Pelanggan	21
2.2.4. Hubungan antar Perilaku Penjualan Relasional dan Kepuasan Pelanggan	22
2.2.5. Hubungan antara Kepercayaan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan .	22
2.2.6. Hubungan antara Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas pelanggan.....	23
2.4. Model Penelitian.....	23
2.5. Simpulan.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
3.1. Desain Penelitian	25
3.2. Definisi Operasional Variabel	26
3.2.1. Pemulihan Layanan	26
3.2.2. Perilaku Penjualan Relasional.....	27
3.2.3. Kepercayaan Pelanggan	27
3.2.4. Kepuasan Pelanggan	28
3.2.5. Loyalitas Pelanggan	28
3.3. Populasi dan Sampel.....	29
3.3.1. Populasi	29
3.3.2. Metode Pengambilan dan Ukuran Sampel.....	29
3.4. Instrumen Penelitian.....	31

3.5.	Metode Analisis Data	31
3.5.1.	Pemenuhan Asumsi dalam Analisis SEM.....	32
3.5.2.	Model Pengukuran (<i>outer model</i>)	32
3.5.3.	Model Struktural (<i>inner model</i>)	34
3.6.	Uji Instrumen Pilot Test	37
3.6.1.	Uji Validitas	37
3.6.2.	Uji Reliabilitas	38
3.7.	Simpulan.....	39
BAB IV ANALISIS DATA		40
4.1.	Hasil Pengumpulan Data	40
4.2.	Profil Responden	41
4.3.	Pengujian <i>Outer Model</i>	46
4.3.1.	Validitas Konvergen (<i>convergent validity</i>)	47
4.3.2.	Validitas Diskriminan (<i>discriminant validity</i>)	48
4.3.3.	Reliabilitas (<i>reliability</i>)	50
4.4.	Statistik Deskriptif.....	51
4.5.	Pengujian <i>Inner Model</i> (Model Struktural)	53
4.5.1.	Collinearity Assessment.....	54
4.5.2.	Coefficient of Determination (R^2 Value)	54
4.5.3.	Effect Size f^2	55
4.5.4.	Predictive Relevance Q^2	57

4.6.	Koefisien Jalur Model Struktural	57
4.6.1.	Hasil Pengujian Hipotesis 1- Pemulihan layanan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap Kepercayaan konsumen.....	58
4.6.2.	Hasil Pengujian Hipotesis 2 – Pemulihan Layanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan konsumen.....	59
4.6.3.	Hipotesis 3 – Perilaku penjualan relasional berpengaruh positif signifikan terhadap kepercayaan konsumen.....	59
4.6.4.	Hipotesis 4 – Perilaku penjualan relasional memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen	59
4.6.5.	Hipotesis 5 - Kepercayaan konsumen mempunyai pengaruh secara langsung dan signifikan terhadap Loyalitas konsumen	60
4.6.6.	Hipotesis 6 - Kepuasan konsumen mempunyai pengaruh secara langsung dan signifikan terhadap Loyalitas konsumen	60
4.7.	Pembahasan	62
4.7.1.	Pemulihan Layanan Memiliki Pengaruh terhadap Kepercayaan Konsumen	62
4.7.2.	Pemulihan Layanan Memiliki Pengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen	63
4.7.3.	Perilaku Penjualan Relasional Memiliki Pengaruh terhadap Kepercayaan Konsumen.....	64
4.7.4.	Perilaku Penjualan Relasional Memiliki Pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.....	65
4.7.5.	Kepercayaan Konsumen Memiliki Pengaruh terhadap Loyalitas Konsumen	66
4.7.6.	Kepuasan Konsumen Memiliki Pengaruh terhadap Loyalitas Konsumen	67
4.8.	Analisis Tambahan	68

4.9. Kesimpulan.....	70
BAB V KESIMPULAN.....	71
5.1. Kesimpulan.....	71
5.2. Implikasi Manajerial.....	74
5.3. Keterbatasan dan Saran untuk Penelitian Selanjutnya	77
Daftar Pustaka.....	78
Lampiran	87

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Bank di Indonesia	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 Item Pertanyaan Pemulihan Layanan.....	26
Tabel 3.2 Item Pertanyaan Perilaku Penjualan Relasional.....	27
Tabel 3. 3 Item Pertanyaan Kepercayaan Pelanggan	28
Tabel 3. 4 Item Pertanyaan Kepuasan Pelanggan	28
Tabel 3. 5 Item Pertanyaan Loyalitas Pelanggan	29
Tabel 3.6 Hasil Average Variance Extracted	37
Tabel 3.7 Hasil Cross Loading.....	38
Tabel 3.8 Cronbach's Alpha & Composite Reliability	38
Tabel 4. 1 Rincian Responden Penelitian	40
Tabel 4.2 Hasil Outer Loadings	47
Tabel 4. 3 Nilai Cross Loading	48
Tabel 4.4 Nilai Fornell-Larcker Criterion.....	49
Tabel 4. 5 Hasil Construct Reliability	50
Tabel 4. 6 Interpretasi Rata-Rata Jawaban Responden.....	51
Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif	52
Tabel 4.8 Nilai Inner VIF Values.....	54
Tabel 4.9 Nilai R ²	55
Tabel 4.10 Nilai f ²	56
Tabel 4.11 Nilai Cross Validated Redudancy	57
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Jalur.....	58

Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Jalur.....	62
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian Indirect Effect.....	68
Tabel 4. 15 Hasil Pengujian Total Effect.....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Overall Conventional Bank Ranking	4
Gambar 1.2 Grafik Total Pengaduan Konsumen di Indonesia	5
Gambar 1.3 Bank dengan Pengaduan Konsuen Terbanyak.....	6
Gambar 2.1 Model Penelitian	24
Gambar 4. 1 Diagram Profil Domisili Responden.....	42
Gambar 4.2 Diagram Profil Usia Responden.....	42
Gambar 4.3 Diagram Profil Pendidikan Responden	43
Gambar 4.4 Diagram Profil Pekerjaan Responden	44
Gambar 4.5 Diagram Profil Lama Responden Menjadi Nasabah Bank Mandiri .	45
Gambar 4. 6 Diagram Profil Frekuensi Responden Mengalami Kegagalan Layanan.....	46
Gambar 4. 7 Model Penelitian Hasil Oleh Data.....	61