

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	11
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Manfaat Penelitian	13
1.6 Lingkup Penelitian.....	14
1.7 Sistematika Penulisan	16
BAB II LANDASAN TEORI.....	17
2.1 Kualitas Layanan (SQ)	17
2.2 Citra Merek (BI)	19
2.3 Kepuasan Pelanggan (CS)	20
2.4 Loyalitas Pelanggan (CL).....	22
2.5 Perumusan Hipotesis	23
2.5.1 Kualitas Layanan dan Citra Merek.....	23
2.5.2 Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan.....	24
2.5.3 Kualitas Layanan dan Loyalitas Pelanggan	24
2.5.4 Hubungan Langsung Citra Merek, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan	26
2.5.5 Hubungan Mediasi Kualitas Layanan, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan.....	27
2.5.6 Model Penelitian	29
2.6 Segmentasi Pelanggan	30
2.7 RFM <i>Analysis</i> sebagai Model Dasar.....	31
2.8 Penelitian Terdahulu	32
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1 Desain Penelitian	36
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	36
3.3 Instrumen Penelitian	37
3.4 Metode Analisis Data.....	40
3.4.1 Pengujian Distribusi Normal.....	41
3.4.2 Analisis <i>Partial Least Square Structural Equation Model</i> (PLS-SEM)	42
3.4.3 <i>Hierarchical Clustering</i>	45
3.5 Profil Perusahaan	47

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Analisis Determinan Loyalitas Pelanggan.....	50
4.1.1 Pengumpulan Data	50
4.1.2 Profil Responden	51
4.1.3 Analisis Deskriptif.....	53
4.1.4 Pengujian Distribusi Normal.....	59
4.1.5 Evaluasi Model Pengukuran.....	61
4.1.6 Evaluasi Model Struktural.....	66
4.1.7 Pengujian Hipotesis Penelitian.....	70
4.1.8 Pembahasan Hasil Uji Hipotesis	72
4.2 Analisis Segmentasi Pelanggan	84
4.3 Strategi Pengelolaan Pelanggan.....	93
4.3.1 Strategi Pengelolaan Pelanggan Berbasis Determinan Loyalitas.....	93
4.3.2 Strategi Pengelolaan Pelanggan Tiap Segmen	97
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	105
5.1 Kesimpulan	105
5.2 Implikasi	108
5.3 Keterbatasan Penelitian	110
5.4 Saran	112
DAFTAR PUSTAKA.....	114
DAFTAR LAMPIRAN.....	118

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 4.1 Hasil Penyebaran Kuesioner oleh PT UTX	50
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Portofolio Bisnis	51
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Unit Kerja	52
Tabel 4.4 Analisis Deskriptif Masing-masing Variabel	53
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Dimensi dan Indikator Kualitas Layanan	54
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Dimensi dan Indikator Citra Merek	56
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Dimensi dan Indikator Loyalitas Pelanggan	58
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Distribusi Normal	60
Tabel 4.9 Hasil Evaluasi Kekuatan Indikator dan Validitas Konvergen Variabel ..	61
Tabel 4.10 Analisis Validitas Diskriminan Menggunakan Metode <i>Fornell-Larcker</i>	63
Tabel 4.11 Hasil HTMT	63
Tabel 4.12 Hasil <i>Cross Loading</i>	64
Tabel 4.13 Pengukuran Konsistensi Internal dan Reliabilitas Konstruk Variabel ..	65
Tabel 4.14 Hasil Analisis VIF untuk Menilai Multikolinieritas Indikator	66
Tabel 4.15 Nilai SRMR Model Struktural	67
Tabel 4.16 Nilai <i>Variance Inflation Factor</i> (VIF) Antarvariabel (Inner VIF)	68
Tabel 4.17 Hasil Analisis R^2 dan R^2 <i>Adjusted</i> pada Variabel Endogen	68
Tabel 4.18 Nilai Ukuran Efek (f^2)	69
Tabel 4.19 <i>Predictive Relevance</i> (Q^2) Variabel Endogen	70
Tabel 4.20 Hasil Uji Pengaruh Langsung	71
Tabel 4.21 Hasil Uji Koefisien Jalur (β) Mediasi	72
Tabel 4.22 Perbandingan Nilai <i>Silhouette Coefficient</i> , <i>Calinski Harabasz Index</i> , DBI, DI	86
Tabel 4.23 Profil Tiap Kluster	88
Tabel 4.24 Ringkasan Tiap Kluster	89



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pendapatan PT UTX Tahun 2019 - 2023 (dalam juta rupiah)	4
Gambar 1.2 <i>Customer Retention</i> PT UTX 2021 – 2024	5
Gambar 1.3 Indeks Kepuasan Pelanggan PT UTX Tahun 2019 -2023	7
Gambar 2.1 Contoh Penggunaan <i>Single-Item Construct</i> Variabel Kepuasan Pelanggan	21
Gambar 2.2 Model Penelitian.....	29
Gambar 3.1 Alur Proses Penelitian	40
Gambar 3.2 Struktur Organisasi PT UTX	49
Gambar 4.1 Hasil Model Penelitian	72
Gambar 4.2 Evaluasi <i>Elbow Method</i>	85