

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
KATA PENGANTAR	xii
INTISARI	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xvii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	10
1.5. Lingkup Penelitian.....	11
1.5. Sistematika Penulisan	11
BAB II. LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1. Landasan Teori	13
2.1.1. Konsep dan Pengertian Jasa.....	13
2.1.2 Citra Perusahaan	15
2.1.3. Kepuasan Pelanggan	19
2.1.4. Loyalitas Pelanggan.....	24
2.1.4.1 <i>Attitudinal Loyalty</i>	28
2.1.4.2 <i>Behavioral Loyalty</i>	29
2.1.4.3 <i>Composite Loyalty</i>	30

2.1.5. Tahap-tahap Loyalitas Berdasarkan Pendekatan <i>Attitudinal dan Behavioral</i>	30
2.1.6. Konsep Pencarian Variasi (<i>Variety Seeking</i>).....	32
2.1.7. Retailing	35
2.2. Pengembangan Hipotesis	39
2.2.1. Pengaruh Citra Perusahaan pada Loyalitas Pelanggan	39
2.2.2. Pengaruh Citra Perusahaan pada Kepuasan Pelanggan	40
2.2.3. Pengaruh Kepuasan Pelanggan pada Loyalitas Pelanggan	41
2.2.4. Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Citra Perusahaan pada Loyalitas Pelanggan	42
2.2.5. <i>Variety Seeking</i> Memoderasi Pengaruh Kepuasan Pelanggan pada Loyalitas Pelanggan	44
2.3. Model Penelitian	46
BAB III. METODE PENELITIAN	47
3.1. Desain Penelitian	47
3.2. Responden	48
3.3. Metode Pengambilan Sampel	48
3.4. Sumber dan Teknik Pengambilan Data	46
3.5. Variabel Penelitian	50
3.6. Definisi Operasional Variabel	50
3.7. Uji Validitas dan Reliabilitas (Pra Survey)	53
3.8. Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	59
BAB IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	63
4.1. Hasil Pengumpulan Data	63
4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	64
4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan ..	65
4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Frekuensi Belanja	66

4.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Supermarket yang Dikunjungi	67
4.7. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Berlangganan ..	68
4.8. Uji Validitas dengan Sampel Besar	68
4.9. Uji Reliabilitas dengan Sampel Besar.....	71
4.10. Hasil Pengujian Hipotesis	72
4.10.1. Pengujian Hipotesis Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Citra Supermarket pada Loyalitas Pelanggan	73
4.10.1.1 Pengujian Hipotesis Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Citra Supermarket pada <i>Attitudinal Loyalty</i> ..	73
4.10.1.2. Pengujian Hipotesis Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Citra Supermarket pada <i>Behavioral Loyalty</i> ..	75
4.10.1.3. Pengujian Hipotesis Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Citra Supermarket pada <i>Composite Loyalty</i> ..	77
4.10.2. Pengujian Hipotesis <i>Variety Seeking</i> Memoderasi Pengaruh Kepuasan Pelanggan pada Loyalitas Pelanggan	79
4.11. Pembahasan Hasil Analisis	92
BAB V. KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN IMPLIKASI	103
5.1. Kesimpulan.....	103
5.2. Keterbatasan Penelitian	106
5.3. Implikasi Penelitian	107
5.4. Implikasi Teoritikal	108
5.4. Implikasi Manajerial	109
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN-LAMPIRAN	113

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian-penelitian sebelumnya	28
Tabel 3.1. Hasil KMO	55
Tabel 3.2. Hasil Uji Validitas (Pra Survey)	55
Tabel 3.3. Hasil Uji Reliabilitas (Pra Survey)	58
Tabel 4.1. Hasil Pengumpulan Data Jumlah Kuesioner	63
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	65
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	66
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berbelanja	66
Tabel 4.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Supermarket yang Dikunjungi	67
Tabel 4.7. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Berlangganan	68
Tabel 4.8. Hasil KMO.....	69
Tabel 4.9. Hasil Akhir Uji Validitas pada Variabel Citra Supermarket, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, dan <i>Variety Seeking</i>	69
Tabel 4.10. Hasil Uji Reliabilitas pada Variabel Citra Supermarket, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, dan <i>Variety Seeking</i>	71
Tabel 4.11. Hasil <i>Hierarchical Regression Analysis Attitudinal Loyalty</i>	73
Tabel 4.12. Hasil <i>Hierarchical Regression Analysis Behavioral Loyalty</i>	75
Tabel 4.13. Hasil <i>Hierarchical Regression Analysis Composite Loyalty</i>	77
Tabel 4.14. Hasil <i>Moderated Regression Analysis</i>	79
Tabel 4.15. Hasil Uji Multikolonieritas	86
Tabel 4.16. Hasil Pengelompokkan Tingkat <i>Variety Seeking</i>	88
Tabel 4.17. Hasil Analisis <i>Chow Test</i>	88
Tabel 4.18. Hasil Analisis Regresi Sederhana Pengaruh Kepuasan Pelanggan pada Loyalitas Pelanggan	89
Tabel 4.19. Hasil Pengujian Hipotesis	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Pengaruh Citra Hotel dan Kepuasan Pelanggan pada Loyalitas Pelanggan	18
Gambar 2.2. Model Penelitian	46
Gambar 3.1. Mediation Model	59
Gambar 3.2. Moderator Model	61

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I	KUESIONER
LAMPIRAN II	DESKRIPSI RESPONDEN
LAMPIRAN III	UJI VALIDITAS DAN UJI RELIABILITAS (PRA SURVEY)
LAMPIRAN IV	UJI VALIDITAS DAN UJI RELIABILITAS (SURVEY)
LAMPIRAN V	UJI HIERARCHICAL REGRESSION ANALYSIS DAN MODERATED REGRESSION ANALYSIS
LAMPIRAN VI	UJI MULTIKOLONIERITAS
LAMPIRAN VII	REGRESI SEDERHANA – CHOW TEST ANALYSIS