

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
ABSTRACT.....	x
INTISARI	xi
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan penelitian.....	8
1.4. Manfaat penelitian.....	8
1.5. Ruang Lingkup Penelitian.....	9
BAB II. TINJAUAN LITERATUR DAN HIPOTESIS.....	10
2.1. Loyalitas Konsumen.. ..	10
2.1.1. Konsep loyalitas konsumen.....	10
2.1.2. Dimensi Loyalitas.....	15
2.2. Kepuasan Konsumen.....	17
2.2.1. Definisi.....	17
2.2.2. Faktor-faktor pembentuk kepuasan konsumen.....	21
2.2.3. Pengukuran kepuasan konsumen.....	21
2.3. Citra.....	27
2.3.1. Definisi.....	27
2.3.2. Demensi-demensi Citra.....	30
2.4. Kualitas yang dipersepsikan.....	31
2.5. Perilaku beralih merek.....	33
2.6. Model.....	35
2.7. Hipotesis.....	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	41
3.1. Jenis Penelitian.....	41
3.2. Populasi.....	41
3.3. Sampel.....	41
3.4. Definisi Operasional Variabel.....	42
3.5. Kuesioner.....	45
3.6. Metode Pengumpulan Data.....	46
3.6.1. Prosedur Pra-pengujian.....	46
3.6.2. Prosedur Pengumpulan Data.....	49
3.6.3. Profil Responden.....	49

3.7	Metode Analisis Data.....	49
3.7.1.	Uji Reliabilitas dan Validitas.....	49
3.7.2.	Asumsi Model.....	52
3.7.3.	Evaluasi Model.....	54
BAB IV.	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1.	Karakteristik Responden.....	57
4.1.1.	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	58
4.1.2.	Karakteristik responden berdasarkan umur.....	58
4.1.3.	Karakteristik responden berdasarkan maksud dan tujuan menginap.....	59
4.1.4.	Karakteristik responden berdasarkan frekuensi kunjungan.....	59
4.1.5.	Karakteristik responden berdasarkan kewarganegaraan..	60
4.2.	Analisis Regresi	61
4.3.	Uji Reliabilitas dan Validitas.....	62
4.2.1.	Hasil Uji Reliabilitas.....	62
4.2.2.	Hasil Uji Validitas.....	65
4.4.	Pengujian Model Persamaan Struktural.....	68
4.4.1.	Analisis ukuran sampel.....	68
4.4.2.	Analisis asumsi normalitas.....	69
4.4.3.	Analisis outliers.....	71
4.5.	Hasil Uji <i>Goodness-of-fit</i> Model Persamaan Struktural.....	73
4.6.	Hasil Uji Hipotesis.....	79
4.5.1.	Hipotesis 1.....	80
4.5.2.	Hipotesis 2.....	81
4.5.3.	Hipotesis 3.....	83
4.5.4.	Hipotesis 4.....	83
4.5.5.	Hipotesis 5.....	84
4.5.6.	Hipotesis 6.....	85
4.5.7.	Hipotesis 7.....	86
BAB V.	KESIMPULAN DAN IMPLIKASI.....	88
5.1.	Kesimpulan.....	88
5.2.	Implikasi bagi penelitian yang akan datang.....	91
5.3.	Implikasi Manajerial.....	92
	DAFTAR PUSTAKA.....	94
	LAMPIRAN.....	97

DAFTAR TABEL

	Halaman	
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4.2	Karakteristik responden berdasarkan umur	59
Tabel 4.3	Karakteristik reponden berdasarkan maksud dan tujuan menginap	59
Tabel 4.4	Karakteristik reponden berdasarkan frekuensi kunjungan	60
Tabel 4.5	Analisis Reliabilitas Data	61
Tabel 4.6	Hasil Pengujian <i>Construct Reliability</i>	62
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas	65
Tabel 4.8	Model Pengukuran <i>Regression Weight</i>	67
Tabel 4.9	<i>Assessment of Normality</i>	68
Tabel 4.10	<i>Multivariate Outliers</i>	70
Tabel 4.11	Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i>	73
Tabel 4.12	Hubungan antar Variabel Model Struktural 1	75
Tabel 4.13	Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i>	77
Tabel 4.14	Hasil Uji Hipotesis	78

DAFTAR GAMBAR

	Halaman	
Gambar 2.1	Definisi Kategori Loyalitas	12
Gambar 2.2	Empat Tahap Loyalitas	14
Gambar 2.3	Paradigma Diskonfirmasi Harapan	19
Gambar 2.4	Konsep Kepuasan Pelanggan	20
Gambar 2.5	Model Hubungan antara Kualitas Jasa dan Kepuasan Konsumen	21
Gambar 2.6	Model Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan	23
Gambar 2.7	Persepsi Konsumen pada Kualitas dan Kepuasan	24
Gambar 2.8	Gap Kualitas Jasa pada <i>Hospitality</i>	26
Gambar 2.9	Model Hubungan antara Citra, Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan	28
Gambar 2.10	Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi konsumen terhadap service	29
Gambar 2.11	Service Quality Model	30
Gambar 2.12	Elements of Image	31
Gambar 2.13	Model Bank Customer Satisfaction	32
Gambar 2.14	Model Perilaku Beralih Jasa Pelanggan	35
Gambar 2.15	Model Hubungan antara Citra, Kualitas yang dipersepsikan, kepuasan konsumen, Perilaku beralih merek, dan Loyalitas pelanggan	36
Gambar 4.1	Model Struktural 1	72
Gambar 4.2	Model Struktural 2	76

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Model Persamaan Struktural 1 (Variabel Perilaku Beralih Merek Tidak Dihilangkan)
- Lampiran 3. Model Persamaan Struktural 1 (Outlier Dihilangkan)
- Lampiran 4. Model Persamaan Struktural 2 (Variabel Perilaku Beralih Merek Dihilangkan)
- Lampiran 5. Data Mentah Sampel Kecil
- Lampiran 6. Data Mentah Sampel Besar
- Lampiran 7. Uji Reliabilitas dan Validitas Sampel Kecil
- Lampiran 8. Uji Reliabilitas dan Validitas Sampel Besar
- Lampiran 9. Analisis Regresi