

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Pembatasan Masalah	8
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	12
2.1 Kajian Teoritis	12
2.1.1 <i>Customer Loyalty</i>	12
2.1.2 <i>Customer Value</i>	15
2.1.3 <i>Customer Experience</i>	20
2.2 Penelitian Terdahulu.....	24
2.3 Kerangka Berfikir	31
2.3.1 Hubungan <i>Customer Value</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	31
2.3.2 Hubungan <i>Customer Experience</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	32
2.3.3 Hubungan <i>Customer Experience</i> dan <i>Customer Value</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	33
2.4 Hipotesis	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1 Metode dan Jenis Penelitian	35
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	35
3.3 Populasi dan Sampel.....	35
3.4 Prosedur dan Rancangan Penelitian	37

3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	39
3.5.1 Variabel Penelitian.....	39
3.5.2 Definisi Operasional	39
3.6 Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data	41
3.6.1 Instrumen Penelitian	41
3.6.2 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.7 Teknik Analisis Data	44
3.7.1 Metode Suksesif Interval (MSI)	44
3.7.2 Uji Kualitas Data	44
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	46
3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	48
3.7.5 Analisis Korelasi.....	48
3.7.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	49
3.7.7 Uji Hipotesis	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	51
4.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	51
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	54
4.2.1 Variabel Customer Value (X1).....	55
4.2.2 Variabel Customer Experience (X2).....	57
4.2.3 Variabel Customer Loyalty (Y).....	59
4.3 Mengubah Data Ordinal menjadi Interval dengan Metode Succesive Interval (MSI).....	62
4.4 Uji Instrumen Penelitian.....	62
4.4.1 Uji Validitas.....	62
4.4.2 Uji Reliabilitas	63
4.5 Uji Asumsi Klasik	64
4.5.1 Uji Normalitas.....	64
4.5.2 Uji Heteroskedastisitas	65
4.5.3 Uji Multikolinieritas	66
4.6 Analisis Korelasi	66
4.7 Analisis Regresi Linear Berganda.....	67
4.8 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	69
4.9 Uji Hipotesis.....	69
4.9.1 Uji t (Parsial).....	69

4.9.2 Uji F (Simultan)	71
4.10 Pembahasan	72
4.10.1 Pengaruh <i>Customer Value</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> pada Pengguna InDrive di Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unimed.....	72
4.10.2 Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> pada Pengguna InDrive di Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unimed.....	74
4.10.3 Pengaruh <i>Customer Value</i> dan <i>Customer Experience</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> pada Pengguna InDrive di Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unimed.....	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	78
5.1 Kesimpulan.....	78
5.2 Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA.....	80
LAMPIRAN.....	87

THE
Character Building
 UNIVERSITY