

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
ABSTRAK	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	10
C. Rumusan Masalah	11
D. Tujuan Penelitian.....	11
E. Manfaat Penelitian.....	12
1. Secara Teoritis	12
2. Secara Praktis	12
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian.....	13
1. Ruang Lingkup	13
2. Keterbatasan Penelitian	14
G. Penegasan Istilah.....	15
1. Definisi Konseptual.....	15
2. Definisi Operasional.....	16
H. Sistematika Pembahasan Skripsi.....	18
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	20
A. Landasan Teori	20
1. Teori Perilaku Konsumen.....	20

2. Teori Retensi Pelanggan (<i>Customer Retention</i>)	27
3. Teori Kepuasan Pelanggan (<i>Customer Satisfaction</i>).....	29
4. Teori Manajemen Hubungan Pelanggan (<i>Customer Relationship Management</i>).....	32
5. Teori Reputasi Perusahaan (<i>Company Reputation</i>).....	34
B. Kajian Penelitian Terdahulu	37
C. Kerangka Konseptual.....	46
D. Hipotesis Penelitian.....	47
BAB III METODE PENELITIAN	50
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	50
1. Pendekatan Penelitian.....	50
2. Jenis Penelitian	50
B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian	51
1. Populasi Penelitian	51
2. Sampling Penelitian.....	51
3. Sampel Penelitian	52
C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran.....	53
1. Sumber Data	53
2. Variabel Penelitian	54
3. Skala Pengukuran	55
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	56
1. Teknik Pengumpulan Data	56
2. Instrumen Penelitian.....	56
E. Teknik Analisa Data	58
1. Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	59
2. Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	62
3. Uji Hipotesis.....	64
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	65
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	65
1. Profil <i>Hyfresh Supermarket Blitar Square</i>	65

B. Data Responden	66
1. Jenis Kelamin Responden.....	67
2. Usia Responden.....	67
3. Pekerjaan Responden.....	68
4. Intensitas Responden.....	69
C. Deskripsi Variabel Penelitian	69
1. Manajemen Hubungan Pelanggan (X_1).....	70
2. Reputasi Perusahaan (X_2).....	73
3. Kepuasan Pelanggan (Z).....	75
4. Retensi Pelanggan (Y).....	78
D. Analisis Data Penelitian.....	80
1. Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	80
2. Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	87
3. Uji Hipotesis.....	90
BAB V PEMBAHASAN	96
A. Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan Terhadap Retensi Pelanggan <i>Hyfresh Supermarket Blitar Square</i>	96
B. Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Retensi Pelanggan <i>Hyfresh Supermarket Blitar Square</i>	99
C. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Retensi Pelanggan <i>Hyfresh Supermarket Blitar Square</i>	102
D. Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan Terhadap Retensi Pelanggan <i>Hyfresh Supermarket Blitar Square</i> dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel <i>Intervening</i>	105
E. Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Retensi Pelanggan <i>Hyfresh Supermarket Blitar Square</i> dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel <i>Intervening</i>	108
BAB VI PENUTUP	113
A. Kesimpulan.....	113
B. Saran	114
DAFTAR RUJUKAN	117

LAMPIRAN-LAMPIRAN	122
--------------------------------	------------

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	37
Tabel 3.1 Skala <i>Likert</i>	55
Tabel 3.2 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	56
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	67
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	68
Tabel 4.4 Intensitas Responden.....	69
Tabel 4.5 Distribusi Variabel Manajemen Hubungan Pelanggan	70
Tabel 4.6 Distribusi Variabel Reputasi Perusahaan	73
Tabel 4.7 Distribusi Variabel Kepuasan Pelanggan	75
Tabel 4.8 Distribusi Variabel Retensi Pelanggan.....	78
Tabel 4.9 <i>Loading Factor</i>	81
Tabel 4.10 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	82
Tabel 4.11 <i>Cross Loading</i>	83
Tabel 4.12 <i>Fornell Larcker</i>	85
Tabel 4.13 <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	86
Tabel 4.14 <i>R-Square (R²)</i>	87
Tabel 4.15 <i>F-Square (Effect Size)</i>	88
Tabel 4.16 <i>Q-Square</i>	89
Tabel 4.17 <i>Path Coefficient</i>	91
Tabel 4.18 <i>Mediation Effect</i>	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tempat Favorit Masyarakat Indonesia dalam Berbelanja	2
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	46
Gambar 4.1 Model Sem-PLS (<i>Full Model</i>).....	80
Gambar 4.2 Diagram Koefisien Jalur	91

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Daftar Pertanyaan Penelitian
- Lampiran 3 Tabulasi Data
- Lampiran 4 Hasil Uji Validitas Konvergen
- Lampiran 5 Hasil Uji Validitas Diskriminan
- Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 7 Hasil Uji *R-Square* (R^2)
- Lampiran 8 Hasil Uji *F-Square* (*Effect Size*)
- Lampiran 9 Hasil Uji *Q-Square*
- Lampiran 10 Hasil Uji Pengaruh Langsung
- Lampiran 11 Hasil Uji Pengaruh Tidak Langsung
- Lampiran 12 Dokumentasi
- Lampiran 13 Kartu Kendali Bimbingan
- Lampiran 14 Surat Pernyataan Keaslian Penulisan
- Lampiran 15 Daftar Riwayat Hidup