

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMBUT.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	v
ABSTRAKSI.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
HALAMAN MOTTO.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Landasan Teori.....	15

2.2.1 Loyalitas Konsumen.....	15
2.2.2 Citra Merek.....	20
2.2.3 Kualitas Pelayanan	24
2.2.4 Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	28
2.3 Kerangka Pemikiran.....	29
2.4 Hipotesis Penelitian.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Pendekatan Penelitian	32
3.2 Obyek dan Waktu Penelitian.....	32
3.3 Populasi dan Sampel	33
3.4 Teknik Penarikan Sampel.....	34
3.5 Jenis Data Penelitian	34
3.6 Prosedur Pengambilan Data	35
3.7 Klasifikasi Variabel Penelitian	35
3.8 Definisi Operasionalisasi Variabel	36
3.9 Pengukuran Variabel.....	39
3.10 Uji Instrumen Penelitian.....	40
3.11 Metode Analisis Data.....	42
1. Analisis Deskriptif	43
2. Analisis Kuantitatif	43
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Karakteristik Responden Penelitian	49
4.2 Deskripsi Data Variabel Penelitian.....	51

4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	56
4.4 Analisis Model Struktural	59
4.4.1 Uji Normalitas.....	59
4.4.2 Uji Kecocokan Keseluruhan Model	60
4.4.3 Analisis Model Struktural dan Hubungan Kausal.....	62
4.5 Pengujian Hipotesis dan Pembahasan.....	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
5.1 Kesimpulan	71
5.2 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....	73
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Award Situs <i>Online</i> Reservasi Hotel 2015-2017....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 3.1 Goodness of Fit Index	46
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pernah Menggunakan Aplikasi Traveloka	51
Tabel 4.4 Penilaian Responden Tentang <i>Brand Image</i>	52
Tabel 4.5 Penilaian Responden Tentang <i>Service Quality</i>	54
Tabel 4.6 Penilaian Responden Tentang Kemudahan Penggunaan.....	55
Tabel 4.7 Penilaian Responden Tentang Kesetiaan Pelanggan.....	56
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	57
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	58
Tabel 4.10 Uji Normalitas	60
Tabel 4.11 Uji Kecocokan Keseluruhan Model	61
Tabel 4.12 Rangkuman Nilai-t (<i>t-value</i>) dan Koefisien Persamaan Struktural Model	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	30
Gambar 3.1 Analisis Jalur	44
Gambar 4.1 Path Model Struktural (Standarized Solution)	63
Gambar 4.2 <i>Path</i> Model Struktural (<i>T Value</i>)	64

