

DAFTAR ISI

| | |
|--|------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| PERNYATAAN ORISINALITAS..... | iii |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN..... | iv |
| ABSTRAKSI..... | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 6 |
| C. Tujuan Penelitian | 6 |
| D. Manfaat Penelitian | 7 |
| E. Tinjauan Pustaka | 7 |
| 1. Tinjauan Teoritis | 7 |
| a. Pemasaran Jasa | 8 |
| b. Harapan Pelanggan | 12 |
| c. <i>Customer Satisfaction</i> | 12 |
| d. <i>Brand</i> (Merek) | 20 |
| e. <i>Brand Trust</i> | 25 |
| f. <i>Brand Loyalty</i> | 28 |
| g. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Brand Trust</i> | 33 |
| h. Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> | 36 |
| i. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> .. | 36 |
| 2. Tinjauan Empiris | 37 |
| F. Kerangka Pemikiran..... | 41 |
| G. Definisi Konsep dan Operasional | 42 |

| | |
|--|----|
| H. Hipotesis..... | 45 |
| I. Metode Penelitian..... | 46 |
| 1. Tipe Penelitian | 46 |
| 2. Ruang Lingkup..... | 46 |
| 3. Alasan Pemilihan Lokasi..... | 47 |
| 4. Populasi dan Sampel | 47 |
| 5. Teknik Sampling | 47 |
| 6. Sumber Data..... | 48 |
| 7. Teknik Pengumpulan Data..... | 48 |
| 8. Uji Validitas dan Reliabilitas | 49 |
| 9. Uji Asumsi Klasik..... | 50 |
| 10. Teknik Analisis Data..... | 51 |
| a. Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>) | 52 |
| b. Uji Sobel | 54 |
| c. Uji t | 55 |

BAB II GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN

| | |
|--|----|
| A. Sejarah PT. Pos Indonesia..... | 56 |
| B. Logo PT. Pos Indonesia | 59 |
| C. Visi dan Misi PT. Pos Indonesia | 60 |
| D. Struktur Organisasi | 60 |
| E. Strategi Bersaing PT. Pos Indonesia | 61 |
| F. Anak Perusahaan PT. Pos Indonesia..... | 62 |

BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN

| | |
|--|----|
| A. Karakteristik Responden | 66 |
| 1. Jenis Kelamin Responden | 66 |
| 2. Umur Responden..... | 66 |
| 3. Pekerjaan Responden | 67 |
| 4. Pendidikan Terakhir Responden | 68 |
| 5. Frekuensi Penggunaan Jasa..... | 69 |
| 6. Pengeluaran Per Bulan Responden | 69 |

| | |
|--|------------|
| B. Hasil Uji Instrumen Penelitian | 70 |
| 1. Uji Validitas | 70 |
| 2. Uji Reliabilitas | 72 |
| C. Analisis Data Hasil Penelitian..... | 72 |
| 1. Analisis Statistik Deskriptif | 72 |
| D. Uji Asumsi Klasik..... | 99 |
| 1. Uji Normalitas..... | 99 |
| 2. Uji Multikolinearitas | 100 |
| 3. Uji Heterokedastisitas | 101 |
| E. Analisis Jalur (Path Analysis) dan Uji t..... | 102 |
| 1. Pengaruh antara <i>Customer Satisfaction</i> dan <i>Brand Trust</i> | 103 |
| 2. Pengaruh antara <i>Brand Trust</i> dan <i>Brand Loyalty</i> | 104 |
| 3. Pengaruh antara <i>Customer Satisfaction</i> dan <i>Brand Loyalty</i> | 106 |
| F. Uji Sobel | 108 |
| G. Pembahasan Hasil Penelitian | 109 |
| | |
| BAB IV PENUTUP | |
| A. Kesimpulan | 115 |
| B. Saran..... | 116 |
| | |
| DAFTAR PUSTAKA | 118 |
| LAMPIRAN..... | 122 |