

## **TUGAS AKHIR**

# **ANALISIS PENGARUH *PERCEIVED QUALITY*, TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *PERCEIVED VALUE*, *CUSTOMER SATISFACTION*, *CUSTOMER TRUST* PADA KONSUMEN INDOMIE DI SURABAYA**

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar  
Sarjana Ekonomi Strata Satu

Oleh :

**NAMA : DEVINA EMILY PERMATASARI**

**NPM : 00000027096**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN  
SURABAYA  
2018**



## UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

---

Saya mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya,

Nama Mahasiswa : Devina Emily Permatasari

Nomor Pokok Mahasiswa : 00000027096

Jurusan : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa karya tugas akhir yang saya buat dengan judul  
**"ANALISIS PENGARUH *PERCEIVED QUALITY*, TERHADAP  
*CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *PERCEIVED VALUE*, *CUSTOMER*  
*SATISFACTION*, *CUSTOMER TRUST* PADA KONSUMEN INDOMIE DI  
SURABAYA"**

adalah :

- 1) Dibuat dan diselesaikan sendiri, dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan dan buku–buku serta jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas akhir saya.
- 2) Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian–bagian sumber informasi dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
- 3) Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas akhir saya.

Kalau terbukti saya tidak memenuhi apa yang telah dinyatakan di atas, maka karya tugas akhir ini batal.

Surabaya, 3 Agustus 2018

Yang membuat pernyataan

(Devina Emily Permatasari)



**UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA  
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS  
AKHIR**

---

Saya mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya,

Nama Mahasiswa : Devina Emily Permatasari

Nomor Pokok Mahasiswa : 00000027096

Jurusan : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa karya tugas akhir yang saya buat dengan judul **"ANALISIS PENGARUH *PERCEIVED QUALITY*, TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *PERCEIVED VALUE*, *CUSTOMER SATISFACTION*, *CUSTOMER TRUST* PADA KONSUMEN INDOMIE DI SURABAYA"**

adalah :

- 1) Dibuat dan diselesaikan sendiri, dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan dan buku-buku serta jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas akhir saya.
- 2) Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
- 3) Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas akhir saya.

Kalau terbukti saya tidak memenuhi apa yang telah dinyatakan di atas, maka karya tugas akhir ini batal.

Surabaya, 3 Agustus 2018

Yang membuat pernyataan



(Devina Emily Permatasari)



**UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA  
FAKULTAS EKONOMI**

**PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR  
ANALISIS PENGARUH *PERCEIVED QUALITY*, TERHADAP  
*CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *PERCEIVED VALUE*, *CUSTOMER*  
*SATISFACTION*, *CUSTOMER TRUST* PADA KONSUMEN INDOMIE DI  
SURABAYA**

Oleh:

**Nama : Devina Emily Permatasari**  
**NPM : 00000027096**  
**Jurusan : Manajemen**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam ujian komprehensif guna mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya

**Surabaya 8 July 2018**

**Menyetujui:**

**Pembimbing Utama**

**Dr. Amelia S.E., RFP-I, M.M.**

**Co- Pembimbing Supervisor**

**Dr. Ronald S.T., M.M.**

**Ketua Jurusan Manajemen**

**Dr. Amelia S.E., RFP-I, M.M.**

**Executive Director**

**Dr. Ronald S.T., M.M.**



**UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA  
FAKULTAS EKONOMI**

**LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR**

Pada (hari dan tanggal sidang) telah diselenggarakan ujian komprehensif untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna mencapai Gelar Sarjana Strata Satu Ekonomi Fakultas Jurusan Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya atas nama:

**Nama** : Devina Emily Permatasari  
**NPM** : 00000027096  
**Jurusan** : Manajemen

termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul “ANALISIS PENGARUH *PERCEIVED QUALITY*, TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *PERCEIVED VALUE*, *CUSTOMER SATISFACTION*, *CUSTOMER TRUST* PADA KONSUMEN INDOMIE DI SURABAYA” oleh tim penguji yang terdiri dari:

<b>Dewan Penguji</b>	<b>Status</b>	<b>Tanda tangan</b>
Dr.Amelia S.E., RFP-I., M.M	,sebagai Ketua Penguji, Pembimbing	
Hananiel M Gunawan BA., MBA	,sebagai Penguji	
Yanuar Dananjaya B.Sc., M.M	,sebagai Penguji	

## **KATA PENGANTAR**

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang terus memberikan hikmat dan kesehatan yang luar biasa dalam menyelesaikan tugas akhir persyaratan akademik guna mengejar gelar studi yaitu Strata Satu Sarjana Ekonomi di Universitas Pelita Harapan Surabaya ini.

Penulis meyakini bahwa pengungkapan, penyajian, maupun penggunaan kata-kata dan bahasa pada penelitian ini dirasa masih sangat jauh dari sempurna. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran, kritik dan segala bentuk pengarahan dari semua pihak untuk perbaikan penelitian tugas akhir ini.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin sekali memberikan ucapan terima kasih yang begitu besar kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung atas terselesaikannya penelitian ini hingga akhir. Ucapan terima kasih ini khususnya ditujukan kepada:

1. Ibu Dr. Amelia SE, RFP-I, M.M., selaku dosen pembimbing utama yang telah mencurahkan begitu besar perhatian, tenaga, serta memberikan dorongan yang begitu tinggi kepada penulis dari awal hingga penelitian ini dapat diselesaikan.
2. Bapak Dr. Ronald Suryaputra ST, M.M., selaku dosen pembimbing anggota yang telah membantu dan memberikan saran-saran serta perhatian sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
3. Bapak Hananiel M Gunawan BA., MBA., selaku dosen penguji pertama yang turut membantu saya dalam memberi masukan.
4. Bapak Yanuar Dananjaya B.Sc., M.M., selaku dosen penguji kedua yang turut membantu saya dalam memberi masukan.
5. Para staff pengajar Program Pra Sarjana Strata Satu Jurusan Manajemen Universitas Pelita Harapan Surabaya yang telah memberikan ilmu-ilmu melalui suatu kegiatan belajar-mengajar dengan dasar pemikiran analitis dan pengetahuan yang lebih baik sehingga diharapkan berguna bagi penulis setelah lulus nanti.
6. Kedua orang tua saya Papa Sugianto, Mama Tunja Dewi, kakak saya cik Agatha, atas doa, support, dukungan dan kasih sayangnya, terimakasih

pa..ma..cik...yang selalu memberi dukungan agar skripsi cepat selesai supaya saya bisa cepat pulang kampung.

7. Pacar saya Jemmy Kusuma, yang telah mengorbankan waktunya untuk mau mengantar jemput saya bimbingan, yang telah menjadi alarm saya disaat saya malas untuk mengerjakan skripsi ini, terimakasih banyak Jem sudah setia menemani dari awal sampai akhir tanpa mengeluh sepeserpun.
8. Sahabat saya Grace Cyntia, yang sudah berjuang dari awal sampai akhir dalam proses serta dalam membantu saya untuk tugas penelitian ini, terimakasih sudah mau menjadi tempat untuk saya sharing keluh kesah saya dan ingat terus kita selalu senasib sis.
9. Kakak sepupu saya ko Alan, terimakasih ko Alan yang sudah peduli dengan bertanya terus sudah sampai mana skripsinya butuh bantuan atau tidak.
10. Sahabat – sahabat barbara's Clarissa, Cyntia, cik Agatha, cik Nathania, cik Fanny yang memberi supportnya dari awal kuliah hingga selesainya skripsi ini dan terutama terimakasih untuk Clarissa yang hampir setiap hari selalu ngechat memberi support.
11. Teman-teman sesama anak rantau Yoelin, Lisa, Ruben, Ezer, Ega, Anthony, Daniel yang sudah membuat saya betah kuliah hingga titik akhir. Terimakasih kalian sudah melengkapi masa kuliah saya membuat saya merasa tidak sendiri saat berada jauh dari rumah. Terutama terimakasih Daniel bose yang sudah sangat membantu dalam proses pengerjaan skripsi ini dan juga yang selalu sabar saat saya mulai merepotkan.
12. Teman-teman mahasiswa seperjuangan Fos, Febri, Elisa, Tiffany, Bella, Lani, Sela, Mido, Kefas yang telah memberikan supportnya setiap hari, serta relasi-relasi yang selama ini berjuang bersama-sama dalam menyelesaikan studi di Universitas Pelita Harapan Surabaya yang telah saling mendukung dan mendoakan agar dapat bersama-sama lulus dengan bangga dan membawa keharuman nama baik Universitas Pelita Harapan Surabaya.
13. Sahabat – sahabat Solo Reny, Daniel kakek, Yoan, Nabila, Poppy, Winnie, terimakasih kalian yang terus memberikan support supaya skripsi ini cepat diselesaikan supaya bisa cepat dolan hehe.

14. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyusunan penelitian ini.

Hanya doa yang dapat penulis panjatkan semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas semua kebaikan dan dukungan dari Bapak, Ibu, Saudara dan teman-teman sekalian. Semoga penelitian ini bisa bermanfaat terutama bagi diri pribadi penulis serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan topik yang sama. Segala kritik dan saran atas penelitian ini tentunya akan sangat bermanfaat untuk penyempurnaan selanjutnya.

Surabaya, 3 Agustus 2018

**Devina Emily**



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN IDENTITAS TIM PENGUJI.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	
<b>xvi</b>	
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	1
1.3 Keterbatasan Masalah .....	11
1.4 Rumusan Masalah .....	11
1.5 Tujuan Penelitian .....	12
1.6 Manfaat Penelitian .....	12
1.6.1 Manfaat Teoritis .....	12
1.6.2 Manfaat Praktis .....	13
1.7 Sistematika Penulisan .....	13
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....</b>	
<b>15</b>	
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 <i>Perceived Quality</i> .....	15
2.1.2 <i>Perceived Value</i> .....	17
2.1.3 <i>Customer Satisfaction</i> .....	19
2.1.4 <i>Customer Trust</i> .....	21
2.1.5 <i>Customer Loyalty</i> .....	22
2.2 Penelitian Terdahulu .....	23

2.3 Pengembangan Hipotesis .....	24
2.3.1 Pengaruh <i>Perceived Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	25
2.3.2 Pengaruh <i>Perceived Quality</i> terhadap <i>Perceived Value</i> .....	26
2.3.3 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Trust</i> .....	26
2.3.4 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	27
2.3.5 Pengaruh <i>Customer Trust</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	27
2.4 Model Penelitian .....	28
2.5 Bagan Alur Berpikir .....	28
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
3.1 Jenis Penelitian dan Jenis Data .....	30
3.1.1 Jenis Penelitian .....	30
3.1.2 Jenis Data .....	30
3.2 Populasi dan Sampel .....	31
3.2.1 Populasi .....	31
3.2.2 Sampel .....	31
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	32
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	34
3.5 Metode Analisa Data .....	35
3.5.1 Pengolahan Data .....	35
3.5.2 Pengujian Hipotesis .....	36
3.5.2.1 Uji Validitas.....	36
3.5.2.2 Uji Realibilitas .....	37
3.5.2.3 Uji Asumsi Klasik .....	37
3.5.2.4 Analisis Linier .....	39
3.5.2.5 Koefisien Korelasi (R).....	41
3.5.2.6 Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	42
3.5.2.7 Uji F.....	42
3.5.2.8 Uji T.....	43
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>44</b>
4.1 Gambaran Umum Indomie.....	44
4.2 Analisis Data .....	45
4.2.1 Statistik Deskriptif .....	45

4.2.1.1 Karakteristik Responden .....	45
4.2.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..	45
4.2.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	46
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel.....	53
4.2.2.1 Penjelasan Responden Terhadap <i>Perceived Quality</i> .....	55
4.2.2.2 Penjelasan Responden Terhadap <i>Perceived Value</i> .....	55
4.2.2.3 Penjelasan Responden Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	56
4.2.2.4 Penjelasan Responden Terhadap <i>Customer Trust</i> .....	57
4.2.2.5 Penjelasan Responden Terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	58
4.2.3 Uji Validitas .....	59
4.2.4 Uji Reliabilitas .....	60
4.2.5 Pengujian Asumsi Klasik Regresi.....	61
4.2.5.1 Uji Normalitas .....	61
4.2.5.2 Uji Multikolinearitas.....	65
4.2.5.3 Uji Heterokredastisitas .....	67
4.2.5.4 Uji Linearitas .....	71
4.3 Metode Analisis Statistik .....	72
4.3.1 Analisis Regresi .....	72
4.3.1.1 Analisis Regresi Berganda.....	72
4.3.1.2 Analisis Regresi Sederhana .....	76
4.3.2 Analisis Koefisien Korelasi .....	76
4.3.2.1 Analisis Koefisien Korelasi Berganda.....	76
4.3.2.2 Analisis Koefisien Korelasi Sederhana .....	76
4.3.3 Analisis Koefisien Determinasi .....	76
4.4 Metode Pengujian Hipotesis .....	78
4.4.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	78
4.4.2 Uji Signifikansi Parsial (Uji t) .....	79
4.5 Pembahasan.....	81
<b>BAB V KONKLUSI, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI.....</b>	<b>97</b>
5.1 Simpulan .....	97
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis .....	97
5.1.1.1 Pengaruh <i>Perceived Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	97

5.1.1.2 Pengaruh <i>Perceived Quality</i> terhadap <i>Perceived Value</i> .....	98
5.1.1.3 Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> ..	99
5.1.1.4 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Trust</i> ..	100
5.1.1.5 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	100
5.1.1.6 Pengaruh <i>Customer Trust</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	101
5.1.2 Simpulan atas Masalah Penelitian.....	102
5.2 Implikasi.....	103
5.2.1 Implikasi Teoritis .....	103
5.2.2 Implikasi Manajerial .....	104
5.3 Rekomendasi .....	107
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>108</b>
<b>LAMPIRAN A.....</b>	<b>A-1</b>
<b>LAMPIRAN B .....</b>	<b>B-1</b>
<b>LAMPIRAN C .....</b>	<b>C-1</b>
<b>LAMPIRAN D.....</b>	<b>D-1</b>
<b>LAMPIRAN E .....</b>	<b>E-1</b>
<b>LAMPIRAN F .....</b>	<b>F-1</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tingkat Konsumsi Mie Instan di Dunia.....	2
Gambar 1.2 Logo Indomie.....	3
Gambar 1.4 <i>Level of Loyalty</i> Mie Instan.....	6
Gambar 4.1 Diagram Pie Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Gambar 4.2 Diagram Pie Responden Berdasarkan Usia.....	47
Gambar 4.3 <i>Scatterplot</i> Uji Normalitas <i>Perceived Value</i> .....	63
Gambar 4.4 <i>Scatterplot</i> Uji Normalitas <i>Customer Satisfaction</i> .....	64
Gambar 4.5 <i>Scatterplot</i> Uji Normalitas <i>Customer Trust</i> .....	64
Gambar 4.6 <i>Scatterplot</i> Uji Normalitas <i>Customer Loyalty</i> .....	65
Gambar 4.7 <i>Scatterplot</i> Uji Heterokredastisitas <i>Perceived Value</i> .....	67
Gambar 4.8 <i>Scatterplot</i> Uji Heterokredastisitas <i>Customer Satisfaction</i> .....	68
Gambar 4.9 <i>Scatterplot</i> Uji Heterokredastisitas <i>Customer Trust</i> .....	69
Gambar 4.10 <i>Scatterplot</i> Uji Heterokredastisitas <i>Customer Loyalty</i> .....	70
Gambar 4.11 Model Penelitian.....	81

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Desain Inti Kuesioner.....	33
Tabel 3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	34
Tabel 3.3 <i>Rules Of Thumb</i> Mengenai Ukuran Koefisien Determinasi.....	42
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4.3 Derajat Penilaian Setiap Variabel.....	48
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap <i>Perceived Quality</i> .....	48
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap <i>Perceived Value</i> .....	49
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	50
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap <i>Customer Trust</i> .....	51
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	52
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Perceived Quality</i>	53
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Perceived Value</i>	55
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	56
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Customer Trust</i> ...	57
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Customer Loyalty</i> .....	58
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Perceived Quality</i> .....	59
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Perceived Value</i> .....	59
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	59
Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Trust</i> .....	60
Tabel 4.18 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Loyalty</i> .....	60

Tabel 4.19 Hasil Uji Reliabilitas <i>Perceived Quality</i> .....	60
Tabel 4.20 Hasil Uji Reliabilitas <i>Perceived Value</i> .....	60
Tabel 4.21 Hasil Uji Reliabilitas <i>Customer Satisfaction</i> .....	61
Tabel 4.22 Hasil Uji Reliabilitas <i>Customer Trust</i> .....	61
Tabel 4.23 Hasil Uji Reliabilitas <i>Customer Loyalty</i> .....	61
Tabel 4.24 Kolmogorov Smirnov Model 1 (PQ*PV).....	62
Tabel 4.25 Kolmogorov Smirnov Model 2 (PQ,PV*CS).....	62
Tabel 4.26 Kolmogorov Smirnov Model 3 (CS*CT).....	62
Tabel 4.27 Kolmogorov Smirnov Model 4 (CS,CT*CL).....	63
Tabel 4.28 Nilai <i>Tolerance</i> dan VIF (PQ*PV).....	65
Tabel 4.29 Nilai <i>Tolerance</i> dan VIF (PQ,PV*CS).....	66
Tabel 4.30 Nilai <i>Tolerance</i> dan VIF (CS*CT).....	66
Tabel 4.31 Nilai <i>Tolerance</i> dan VIF (CS,CT*CL).....	66
Tabel 4.32 Hasil Uji Spearman's 1 (PQ*PV).....	67
Tabel 4.33 Hasil Uji Spearman's 2 (PQ,PV*CS).....	68
Tabel 4.34 Hasil Uji Spearman's 3 (CS*CT).....	70
Tabel 4.35 Hasil Uji Spearman's 4 (CS,CT*CL).....	71
Tabel 4.36 Hasil Uji Linearitas.....	71
Tabel 4.37 Hasil Uji Regresi Berganda (PQ,PV*CS).....	72
Tabel 4.38 Hasil Uji Regresi Berganda (CS,CT*CL).....	73
Tabel 4.39 Hasil Uji Regresi Sederhan (PQ*PV).....	74
Tabel 4.40 Hasil Uji Regresi Sederhana (CS*CT).....	75
Tabel 4.41 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 1 ( $R^2$ ).....	77

Tabel 4.42 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 2 ( $R^2$ ).....	77
Tabel 4.43 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 3 ( $R^2$ ).....	77
Tabel 4.44 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 4 ( $R^2$ ).....	78
Tabel 4.45 Hasil Uji F.....	78
Tabel 4.46 Hasil Uji T.....	79
Tabel 4.47 Indikator – Indikator Yang Mengukur Variabel <i>Customer Trust</i> .....	87
Tabel 4.48 Indikator – Indikator Yang Mengukur Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	89
Tabel 4.49 Indikator – Indikator Yang Mengukur Variabel <i>Perceived Quality</i> .....	90
Tabel 4.50 Indikator – Indikator Yang Mengukur Variabel <i>Perceived Value</i> .....	93
Tabel 4.51 Indikator – Indikator Yang Mengukur Variabel <i>Customer Loyalty</i> .....	95
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis.....	103
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial.....	106



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A .....	A-1
LAMPIRAN B .....	B-1
LAMPIRAN C .....	C-1
LAMPIRAN D .....	D-1
LAMPIRAN E .....	E-1
LAMPIRAN F .....	F-1