

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Kegunaan Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka.....	11
2.1.1 <i>Perceived Value</i>	11
2.1.2 <i>Customer Loyalty</i>	21
2.1.3 Hubungan <i>Perceived Value</i> dan <i>Customer Loyalty</i> ...	24
2.2 Orisinalitas Penelitian.....	25
2.3 Kerangka Pemikiran.....	30
2.4 Hipotesis.....	34
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian.....	36
3.2 Metode Penelitian.....	37
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode Yang Digunakan.....	37
3.2.2 Operasional Variabel.....	38

3.2.3	Jenis dan Sumber Data.....	42
3.2.4	Populasi, Sampel, dan Teknik <i>Sampling</i>	44
3.2.5	Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.2.6	Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	48
3.2.7	Teknik Analisis Data.....	54
3.2.8	Pengujian Hipotesis.....	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Profil Perusahaan dan Responden Celebrity Fitness PVJ....	63
4.1.1	Profil Perusahaan.....	63
4.1.1.1	Identitas Perusahaan.....	63
4.1.1.2	Sejarah Singkat Perusahaan.....	64
4.1.1.3	Struktur Organisasi.....	65
4.1.1.4	Produk dan jasa Di Celebrity Fitness.....	66
4.1.2	Karakteristik Responden.....	67
4.1.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia.....	68
4.1.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Penghasilan.....	69
4.1.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah.....	71
4.1.3	Karakteristik Berdasarkan Pengalaman Responden..	
4.1.3.1	Karakteristik Pengalaman Responden Berdasarkan Lama Menjadi dan Alasan Menjadi Member di Celebrity Fitness.....	72
4.1.3.2	Karakteristik Pengalaman Responden Berdasarkan Lama Member Berada di Celebrity Fitness dan Bersama Siapa Melakukan Kunjungan.....	74
4.1.3.3	Karakteristik Pengalaman Responden Berdasarkan Fitness di Tempat Selain	

	Celebrity Fitness.....	76
4.1.3.4	Karakteristik Pengalaman Responden Berdasarkan Kegiatan Yang Pernah Diikuti.....	77
4.2	Tanggapan Responden Terhadap <i>Perceived Value</i> di Celebrity Fitness.....	77
4.2.1	Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Value</i> di Celebrity Fitness.....	77
4.2.2	Tanggapan Responden Terhadap <i>Emotional Value</i> di Celebrity Fitness.....	78
4.2.3	Tanggapan Responden Terhadap <i>Sosial Value</i> di Celebrity Fitness.....	80
4.2.4	Tanggapan Responden Terhadap <i>Quality of Service</i> di Celebrity Fitness.....	81
4.2.5	Tanggapan Responden Terhadap <i>Perceived Cost</i> di Celebrity Fitness.....	83
4.2.6	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap <i>Perceived Value</i> di Celebrity Fitness.....	85
4.3	Tanggapan Responden Terhadap <i>Customer Loyalty</i> di Celebrity Fitness.....	87
4.3.1	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap <i>Customer Loyalty</i> di Celebrity Fitness.....	90
4.4	Hasil Uji Asumsi.....	92
4.4.1	Pengujian Asumsi Regresi.....	92
4.4.1.1	Hasil Uji Asumsi Normalitas.....	92
4.4.1.2	Hasil Uji Asumsi Heteroskedastisitas.....	92
4.4.1.3	Hasil Uji Asumsi Multikolinearitas.....	93
4.4.1.4	Hasil Uji Asumsi Otokorelasi.....	94
4.4.1.5	Koefisien Korelasi dan Koefisien determinasi.....	95

4.4.1.6	Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji F).....	98
4.4.1.7	Pengujian Hipotesis dan Signifikansi Secara Parsial (Uji t).....	98
4.4.1.8	Modal Persamaan Regresi Berganda Pengaruh <i>Perceived Value</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> di Celebrity Fitness.....	100
4.5	Implikasi Hasil Temuan Penelitian.....	102
4.5.1	Temuan Penelitian Bersifat Empirik.....	102
4.5.2	Temuan Penelitian Bersifat Teoritik.....	102
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan.....	104
5.2	Saran.....	105
DAFTAR PUSTAKA.....		107
LAMPIRAN.....		110

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Jumlah Member Aktif Di Celebrity Fitness.....	4
Tabel 1.2	Data Jumlah Repetisi Member Di Celebrity Fitness.....	5
Tabel 1.3	Data Produk dan Fasilitas Di Celebrity Fitness.....	7
Tabel 1.4	Data Biaya Yang Harus Dikeluarkan Member Celebrity Fitness.....	8
Tabel 1.5	Data Peningkatan Nilai Di Celebrity Fitness.....	9
Tabel 2.1	Definis <i>Perceived Value</i>	17
Tabel 2.2	Definisi <i>Customer Loyalty</i>	23
Tabel 2.3	Orisinalitas Penelitian.....	26
Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	38
Tabel 3.2	Hasil Pengujian Validitas.....	50
Tabel 3.3	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	54
Tabel 4.1	Produk dan Jasa di Celebrity Fitness.....	66
Tabel 4.2	Kategori Member dan Biaya.....	67
Tabel 4.3	Jenis Kelamin dan Usia Responden.....	68
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Penghasilan Perbulan.....	70
Tabel 4.5	Karakteristik responden berdasarkan asal daerah.....	71
Tabel 4.6	Karakteristik Pengalaman Responden Berdasarkan Lama Menjadi Member dan Alasan Menjadi Member di Celebrity Fitness.....	73
Tabel 4.7	Karakteristik Pengalaman Responden Berdasarkan Lama Kunjungan dan bersama siapa melakukan Kunjungan ke Celebrity Fitness.....	75
Tabel 4.8	Karakteristik Pengalaman Responden Berdasarkan fitness di Tempat selain Celebrity Fitness.....	76
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Value</i> di Celebrity Fitness.....	78

Tabel 4.10	Tanggapan Responden Terhadap <i>Emotional Value</i> di Celebrity Fitness.....	79
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Terhadap <i>Social Value</i> di Celebrity Fitness.....	80
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Terhadap <i>Quality of service</i> di Celebrity Fitness.....	82
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Terhadap <i>Perceived cost</i> di Celebrity Fitness.....	83
Tabel 4.14	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap <i>Perceived Value</i> di Celebrity Fitness.....	85
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Terhadap <i>Customer Loyalty</i> di Celebrity Fitness.....	85
Tabel 4.16	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap <i>Customer Loyalty</i> di Celebrity Fitness.....	87
Tabel 4.17	Kolmogorov-Smirnov.....	92
Tabel 4.18	Hasil Uji Multikolinearitas.....	94
Tabel 4.19	Hasil Uji Otokorelasi.....	95
Tabel 4.20	Matrik Korelasi Antar Sub Variabel <i>Perceived Value</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	95
Tabel 4.21	Output Pengaruh <i>Perceived Value</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	97
Tabel 4.22	Pengujian Hipotesis Dan Uji Signifikansi Secara Simultan.....	98
Tabel 4.23	Output Koefisien Regresi.....	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	<i>The Five Main Sector In Travel and Tourism</i>	10
Gambar 2.2	<i>Decision-Making Sequence</i>	12
Gambar 2.3	Kerangka Pemikiran.....	33
Gambar 2.4	Paradigma penelitian.....	31
Gambar 4.1	Logo Celebrity Fitness.....	63
Gambar 4.2	Struktur Organisasi Celebrity Fitness PVJ.....	65
Gambar 4.3	Jenis Kelamin dan Usia Responden.....	69
Gambar 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Penghasilan Perbulan.....	71
Gambar 4.5	Karakteristik responden berdasarkan asal daerah.....	72
Gambar 4.6	Karakteristik Pengalaman Responden Berdasarkan Lama Menjadi Member dan Alasan Menjadi Member di celebrity Fitness.....	74
Gambar 4.7	Karakteristik Pengalaman Responden Berdasarkan Lama Kunjungan dan bersama siapa melakukan Kunjungan ke Celebrity Fitness.....	75
Gambar 4.8	Karakteristik Pengalaman Responden Berdasarkan fitness di Tempat selain Celebrity fitness.....	76
Gambar 4.9	Perceived Value Di Celebrity Fitness.....	77
Gambar 4.10	Customer Loyalty Di Celebrity Fitness.....	87
Gambar 4.11	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	93