

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung Samsung Service Center	6
Tabel 3.1 Operasional Tabel Penelitian	46
Tabel 3.2 Tingkat Indikator dengan Skala Likert	50
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas	51
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.1 Usia Responden	63
Tabel 4.2 Jenis Kelamin	64
Tabel 4.3 Tingkat Pendidikan	64
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden	65
Tabel 4.5 Status Perkawinan	66
Tabel 4.6 Pendapatan Perbulan	67
Tabel 4.7 Uang Saku Perbulan	68
Tabel 4.8 Lama Pemakaian	68
Tabel 4.9 Jumlah Kunjungan	69
Tabel 4.10 Alasan Memilih Samsung Service Center	70
Tabel 4.11 Penggunaan Smartphone Merek Lain	71

Tabel 4.12 Merek Smartphone Lain yang Digunakan	72
Tabel 4.13 Alasan Menggunakan Merek Smartphone Lain	73
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Teknis	76
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Fungsional ...	79
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Perusahaan	82
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen ...	85
Tabel 4.18 Tanggapan responden Terhadap Variabel Loyalitas Konsumen	88
Tabel 4.19 Uji Normalitas Substruktur Pertama (Y1)	92
Tabel 4.20 Uji Normalitas Substruktur Kedua (Y2)	92
Tabel 4.21 Hasil Uji <i>Test of Linearity</i> Sub-struktur 1.....	94
Tabel 4.22 Hasil Uji <i>Test of Linearity</i> Sub-struktur 1.....	94
Tabel 4.23 Hasil Uji <i>Test of Linearity</i> Sub-struktur 1.....	95
Tabel 4.24 Hasil Uji <i>Test of Linearity</i> Sub-struktur 2.....	96
Tabel 4.25 Hasil Uji <i>Test of Linearity</i> Sub-struktur 2.....	96
Tabel 4.26 Hasil Uji <i>Test of Linearity</i> Sub-struktur 2.....	97
Tabel 4.27 Hasil Uji <i>Test of Linearity</i> Sub-struktur 2.....	98
Tabel 4.28 Hasil Uji Analisis <i>Path</i> Sub-struktur 1.....	99
Tabel 4.29 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2) sub-struktur 1.....	99

Tabel 4.30 Hasil Uji Analisis Path Sub-struktur 2.....	100
Tabel 4.31 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2) sub-struktur 2.....	100
Tabel 4.32 Hasil Uji Secara Parsial (Uji t) Sub-struktur 1.....	103
Tabel 4.33 Hasil Uji Secara Parsial (Uji t) Sub-struktur 2.....	104
Tabel 4.34 Pengaruh Langsung, Pengaruh tidak Langsung dan Pengaruh	
Total	116

Universitas Tanjungpura

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Hubungan Kepuasan dan Loyalitas	10
Gambar 2.1 Keterkaitan Strategi Pemasaran	16
Gambar 2.2 Kerangka Penelitian	38
Gambar 4.1 Grafik Histogram Uji Normalitas Sub-struktur pertama	90
Gambar 4.2 Grafik Histogram Uji Normalitas Sub-struktur pertama	90
Gambar 4.3 Grafik Histogram Uji Normalitas Sub-struktur kedua	91
Gambar 4.4 Grafik Histogram Uji Normalitas Sub-struktur kedua	91
Gambar 4.5 Kerangka Hubungan Kausal X_1, X_2, X_3, Y_1 dan Y_2	106
Gambar 4.6 Model Struktur Akhir	107