

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
ملخص	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Batasan Masalah Penelitian	14
D. Tujuan Penelitian	14
E. Manfaat Penelitian	15
1. Manfaat Teoritis	15
2. Manfaat Praktis	15
F. Sistematika Penulisan	16
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Loyalitas Pelanggan	18
1. Pengertian	18

2. Ciri-ciri Pelanggan Loyal	20
3. Loyalitas Wisatawan (Pengunjung)	21
B. Kepuasan Pelanggan	22
1. Pengertian	22
2. Organisasi berorientasi pelanggan	25
3. Faktor kepuasan pelanggan	26
4. Tanggapan terhadap ketidakpuasan	27
5. Perspektif psikologi dari kepuasan pelanggan	28
C. Kualitas Layanan Syariah	29
1. Pengertian kualitas layanan	29
2. Pengertian kualitas layanan syariah	33
3. Kesenjangan kualitas layanan	36
4. Karakteristik pelayanan dalam Islam	38
D. Nilai-nilai Islam	40
1. Pengertian	40
2. Nilai-nilai Islam dalam Ekonomi	41
3. Dimensi Nilai-nilai Islam	48
E. Citra Destinasi	54
1. Pengertian	54
2. Ruang lingkup citra destinasi	56
3. Dampak citra destinasi	57
F. Tinjauan Penelitian Terdahulu	58
G. Kerangka Pemikiran Teoritis dan Model Penelitian	60
1. Kualitas layanan syariah dan loyalitas	60
2. Nilai-nilai Islam dan loyalitas	62
3. Citra destinasi dan loyalitas	63
4. Kualitas layanan syariah dan kepuasan pengunjung	64
5. Nilai-nilai Islam dan kepuasan pengunjung	65
6. Citra destinasi dan kepuasan pengunjung	67
7. Kepuasan pengunjung dan loyalitas	68

8. Kepuasan pengunjung sebagai pemediasi antara kualitas layanan syariah dan loyalitas	70
9. Kepuasan pengunjung sebagai pemediasi antara nilai-nilai Islam dan loyalitas	71
10. Kepuasan pengunjung sebagai pemediasi antara citra destinasi dan loyalitas	72
H. Hipotesis Penelitian	74

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	78
B. Sumber Data Penelitian	78
C. Populasi dan Sampel	79
D. Identifikasi Variabel	79
E. Operasional Variabel Penelitian	80
F. Pengujian Instrumen Penelitian	87
1. Uji Validitas Instrumen	87
2. Uji Reliabilitas	87
3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	88
G. Teknik Pengumpulan Data	94
H. Teknik Analisis Data	95
1. Statistik Deskriptif	95
2. Uji Hipotesis	96
a. Pengujian outer model	97
b. Pengujian model struktural	98

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Wisata Religi Masjid Agung Demak	99
1. Sejarah Demak	99
2. Wisata Masjid Agung Demak	101
3. Struktur Organisasi Wisata Masjid Agung Demak	103
4. Visi Misi Wisata Masjid Agung Demak	104

5. Obyek Daya Tarik Wisata Masjid Agung Demak	104
6. Gambaran Umum Responden Masjid Agung Demak	110
B. Analisis Data	111
1. Statistik Deskriptif	111
a. Statistik Deskriptif Responden	111
b. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	112
c. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas Konstruk	117
d. Validitas Diskriminan	118
e. Hasil Pengujian Model Mediasi	119
C. Pengujian Hipotesis	123
D. Pembahasan dan Analisis	126
1. Pengaruh Antara Kualitas Layanan Syariah Terhadap Loyalitas	126
2. Pengaruh Antara Nilai-nilai Islam Terhadap Loyalitas	131
3. Pengaruh Antara Citra Destinasi Terhadap Loyalitas	135
4. Pengaruh Antara Kualitas Layanan Syariah Terhadap Kepuasan Pengunjung	137
5. Pengaruh Antara Nilai-Nilai Islam Terhadap Kepuasan Pengunjung	140
6. Pengaruh Antara Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Pengunjung	143
7. Pengaruh Antara Kepuasan Pengunjung Terhadap Loyalitas	145
8. Kepuasan Pengunjung Tidak Memediasi Pengaruh Antara Kualitas Layanan Syariah Terhadap Loyalitas	148
9. Kepuasan Pengunjung Tidak Memediasi Pengaruh Antara Nilai-Nilai Islam Terhadap Loyalitas	150
10. Kepuasan Pengunjung Memediasi Pengaruh Antara Citra Destinasi Terhadap Loyalitas	151

BAB V : PENUTUP

A. Simpulan	156
B. Keterbatasan Penelitian	158
C. Saran	158

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Perbandingan Pengunjung Masjid Agung Demak dan Makam Sunan Kalijaga	13
Tabel 3.1 : Operasional Variabel Penelitian	81
Tabel 3.2 : Uji Instrumen Penelitian (Uji Validitas Dan Reliabilitas Kualitas Layanan Syariah)	89
Tabel 3.3 : Uji Instrumen Penelitian (Uji Validitas Dan Reliabilitas Nilai-nilai Islam)	90
Tabel 3.4 : Uji Instrumen Penelitian (Uji Validitas Dan Reliabilitas Citra Destinasi)	92
Tabel 3.5 : Uji Instrumen Penelitian (Uji Validitas Dan Reliabilitas Kepuasan Pengunjung)	93
Tabel 3.6 : Uji Instrumen Penelitian (Uji Validitas Dan Reliabilitas Loyalitas)	94
Tabel 4.1 : Rincian Penyebaran dan Pengembalian Kuesioner	110
Tabel 4.2 : Statistik Deskriptif Demografi Responden	111
Tabel 4.3 : Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	113
Tabel 4.4 : <i>Outer/Masurement Model</i>	117
Tabel 4.5 : <i>Correlation Among Latent Variables</i>	118
Tabel 4.6 : <i>Goodness of Fit</i>	122
Tabel 4.7 : <i>Direct dan Direct Effect</i>	122

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Konsep Kepuasan Pelanggan	24
Gambar 2.2 : Bagan Organisasi Tradisional dan Modern	25
Gambar 2.3 : Bagan Model Penelitian	73
Gambar 4.1 : <i>Direct Effect</i>	120
Gambar 4.2 : <i>Indirect Effect</i>	121



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuisioner Penelitian
- Lampiran 2 : Data Uji Validitas dan Realibilitas
- Lampiran 3 : Output SPSS Uji Validitas dan Realibilitas
- Lampiran 4 : Data Identitas Responden
- Lampiran 5 : Data Jawaban Kuesioner Responden
- Lampiran 6 : Deskriptif Statistik Responden
- Lampiran 7 : Output Warp PLS 3.0 *Direct Effect*
- Lampiran 8 : Output Warp PLS 3.0 *Indirect Effect*

