

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Pengantar	1
1.2 Problematisasi.....	3
1.2.1 Kesenjangan Penelitian	3
1.2.2 Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Metodologi Penelitian	9
1.5 Konteks Penelitian.....	10
1.6 Sistematika Skripsi	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Landasan Teori Untuk Menyelesaikan Masalah	14
2.1.1 Self – Congruence Theory (SC).....	14
2.2 Pengembangan Variabel dan Hipotesis.....	17
2.2.1 Kualitas Pengalaman (<i>Experiential Quality</i>)	17
2.2.2 Keselarasan Nilai (<i>Value Congruity</i>)	20
2.2.3 Keterikatan Merek (<i>Brand Attachment</i>).....	23
2.2.4 Loyalitas Konsumen (<i>Customer Loyalty</i>)	26
2.3 Model Penelitian Empirik.....	31

BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Pengantar	33
3.2 Pertanyaan Penelitian dan Hipotesis	34
3.3 Desain Penelitian	36
3.4 Populasi dan Sampel.....	37
3.4.1 Populasi.....	37
3.4.2 Sampel.....	37
3.5 Prosedur Pengumpulan Data	38
3.5.1 Kuesioner	38
3.5.2 Studi Kepustakaan.....	39
3.6 Instrumen Penelitian.....	39
3.7 Proses Analisis Data	46
3.8 Pemenuhan Etika Penelitian.....	57
BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....	59
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	59
4.1.1 Deskripsi Umum Objek Penelitian.....	59
4.1.2 Deskripsi Umum Responden.....	60
4.1.3 Analisis Indeks Jawaban Responden	66
4.2. Analisis SEM.....	72
4.2.1 Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA)	72
4.2.2 Uji Struktural.....	86
4.2.3 Pengujian Hipotesis.....	96
4.2.4 Analisis Direct Effect, Indirect Effect, dan Total Effect.....	100
4.3.3. Interpretasi Hasil.....	102
4.3.1 Pengaruh Experiential Quality terhadap Value Congruity.....	102
4.3.2 Pengaruh Value Congruity terhadap Brand Attachment.....	104
4.3.3 Pengaruh Value Congruity terhadap Customer Loyalty	105
4.3.4. Pengaruh Brand Attachment terhadap Customer Loyalty	106
BAB V PENUTUP.....	108
5.1 Simpulan.....	108
5.1.1 Kesimpulan Atas Diterimanya Hipotesis	108
5.1.2 Kesimpulan Masalah Penelitian.....	110

5.2	Implikasi Teoritis.....	112
5.3	Implikasi Manajerial.....	113
5.4	Keterbatasan	116
5.5	Saran Untuk Penelitian Mendarang.....	117
	DAFTAR PUSTAKA	119
	LAMPIRAN	125
	LAMPIRAN A	125
	LAMPIRAN B.....	130
	LAMPIRAN C.....	133
	LAMPIRAN D	135

