

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	15
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	15
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	16
1.4 Sistematika Penulisan	17
BAB II TELAAH PUSTAKA	19
2.1 Landasan Teori.....	19
2.1.1 Theory of Planned Behavior.....	19
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	22
2.1.3 Kualitas Produk	25
2.1.4 Citra Merek.....	28
2.1.5 Kepuasan Pelanggan.....	30
2.1.6 Kepercayaan	33
2.2 Penelitian Terdahulu	34
2.3 Hubungan Antar Variabel	35
2.3.1 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Pembelian Ulang ..	35

2.3.2	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Pembelian Ulang	37
2.3.3	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	38
2.3.4	Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepercayaan.....	39
2.4	Kerangka Pemikiran Teoritis	41
2.5	Hipotesis Penelitian.....	42
BAB III	METODE PENELITIAN	43
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	43
3.1.1	Variabel Penelitian	43
3.1.2	Definisi Operasional Variabel	44
3.2	Populasi dan Sampel	46
3.2.1	Populasi	46
3.2.2	Sampel	47
3.3	Jenis dan Sumber Data	48
3.3.1	Jenis Data.....	48
3.3.2	Sumber Data	48
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.5	Teknik Analisis Data.....	51
3.5.1	Uji Instrumental.....	51
3.5.2	Tahapan Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	53
BAB IV	HASIL DAN ANALISIS	59
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	59
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	59
4.1.2	Gambaran Umum Wilayah Penelitian.....	61
4.2	Gambaran Umum Responden Penelitian	63
4.2.1	Persebaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
4.2.2	Persebaran Responden Berdasarkan Usia.....	64
4.2.3	Persebaran Responden Berdasarkan Pekerjaan	65
4.2.4	Persebaran Responden Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran Pribadi 1 Bulan Terakhir	66
4.3	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	66
4.3.1	Hasil Analisis Deskriptif Kualitas Produk.....	70
4.3.2	Hasil Analisis Deskriptif Citra Merek	72

4.3.3	Hasil Analisis Deskriptif Kepuasan Pelanggan	73
4.3.4	Hasil Analisis Deskriptif Kepercayaan Pelanggan	75
4.3.5	Hasil Analisis Deskriptif Minat Pembelian Ulang	77
4.4	Hasil Analisis Data	78
4.4.1	Hasil Analisis <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA)	78
4.4.2	Hasil Analisis <i>Full Model</i> SEM	87
4.4.3	Asumsi SEM	91
4.4.4	Hasil Uji Hipotesis	97
4.4.5	Uji Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Total	101
4.5	Pembahasan	103
4.5.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	103
4.5.2	Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepercayaan Pelanggan	104
4.5.3	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Pembelian Ulang	105
4.5.4	Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Pembelian Ulang	106
BAB V	PENUTUP	108
5.1	Kesimpulan	108
5.2	Implikasi Penelitian	109
5.2.1	Implikasi Manajerial	109
5.2.2	Implikasi Teotiris	110
5.3	Keterbatasan Penelitian	111
5.4	Saran Untuk Peneliti Mendatang	112
DAFTAR PUSTAKA		113
LAMPIRAN		119