

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	22
1.3 Tujuan Penelitian.....	24
1.4 Manfaat Penelitian	25
1.4.1 Manfaat Teoritis	25
1.4.2 Manfaat Praktis	25
1.5 Sistematika Penulisan	25
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	27
2.1 Landasan Teori	27
2.1.1 <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB)	27
2.1.2 Kualitas Produk.....	32
2.1.3 Promosi Penjualan.....	34
2.1.4 Citra Merek	37
2.1.5 Kepuasan Pelanggan	39
2.1.6 Minat Beli Ulang.....	41
2.2 Penelitian Terdahulu.....	43
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	51
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.....	51

2.3.2	Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Kepuasan Pelanggan ...	54
2.3.3	Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	56
2.3.4	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang	58
2.3.5	Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Minat Beli Ulang	60
2.3.6	Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang	63
2.3.7	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang	65
2.4	Kerangka Pemikiran Teoritis	68
2.5	Hipotesis	68
BAB III METODE PENELITIAN		69
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	69
3.1.1	Variabel Penelitian	69
3.1.2	Definisi Operasional Variabel	70
3.2	Populasi dan Sampel	72
3.2.1	Populasi	72
3.2.2	Sampel	73
3.3	Jenis dan Sumber Data	74
3.3.1	Data Primer	74
3.3.2	Data Sekunder	74
3.4	Metode Pengumpulan Data	75
3.4.1	Studi Pustaka	75
3.4.2	Kuesioner	76
3.5	Metode Analisis Data	76
3.5.1	Metode Kuantitatif	76
3.5.2	Tahapan Pemodelan SEM	77
3.5.3	Kriteria Goodness-of-Fit	80
BAB IV HASIL DAN ANALISIS		83
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	83
4.2	Gambaran Umum Responden	84
4.2.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	84
4.2.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	85
4.2.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	85
4.2.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan Bulanan	86

4.2.5	Deskripsi Responden Berdasarkan Jumlah Beli Pizza Hut Setahun Terakhir	87
4.3	Uji Asumsi SEM	87
4.3.1	Uji Normalitas	87
4.3.2	Uji Validitas	89
4.3.3	Uji Reliabilitas	90
4.3.4	Uji Outliers	92
4.3.5	Uji Multikolinearitas	93
4.3.6	Uji Residual	94
4.3.7	Uji CFA Variabel Eksogen	95
4.3.8	Uji CFA Variabel Endogen	99
4.3.9	Analisis Full Model Structural Equation Model (SEM)	103
4.3.10	Analisis Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Total	107
4.3.11	Hasil Pengujian Hipotesis	109
4.4	Interpretasi Hasil	113
4.4.1	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan	113
4.4.2	Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Kepuasan Pelanggan ..	114
4.4.3	Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	114
4.4.4	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang	115
4.4.5	Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Minat Beli Ulang	115
4.4.6	Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang	116
4.4.7	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang	116
BAB V PENUTUP		118
5.1	Kesimpulan	118
5.2	Implikasi Teoritis	120
5.3	Implikasi Manajerial	126
5.4	Keterbatasan Penelitian	130
5.5	Saran untuk Penelitian Selanjutnya	131
DAFTAR PUSTAKA		133
LAMPIRAN		140