

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SERTIFIKASI .....	ii
PENGESAHAN TESIS.....	iii
<i>ABSTRACT</i> .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang.....	1
1.2    Rumusan Masalah.....	9
1.3    Tujuan Penelitian.....	10
1.4    Kegunaan Penelitian.....	10
1.5    Ruang Lingkup Penelitian.....	11
1.6    Sistematika Penulisan .....	11
<b>BAB II TELAAH PUSAKA .....</b>	<b>13</b>
2.1    Landasan Teori.....	13
2.1.1 <i>The Commitment-Trust Theory of Relations</i> .....	13
2.1.2 <i>Relationship Communication</i> .....	14
2.1.3    Kualitas Komunikasi.....	16
2.1.4    Kepercayaan Pelanggan .....	18
2.1.5 <i>Brand Image</i> .....	19
2.1.6    Komitmen Pelanggan .....	21
2.2    Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis.....	23
2.2.1 <i>Relationship Communication Terhadap Kepercayaan</i>	

Pelanggan .....	23
2.2.2 <i>Relationship Communication Terhadap Brand Image</i> .....	25
2.2.3 Kualitas Komunikasi Terhadap Kepercayaan Pelanggan.....	26
2.2.4 Kualitas Komunikasi Terhadap <i>Brand Image</i> .....	28
2.2.5 <i>Brand Image</i> terhadap Komitmen Pelanggan.....	29
2.2.6 Kepercayaan Pelanggan Terhadap Komitmen Pelanggan .....	31
2.2.7 Kualitas Komunikasi Terhadap Komitmen Pelanggan .....	32
2.3 Kerangka Penelitian .....	34
2.3.1 Definisi Operasional Variabel .....	35
2.3.2 <i>Relationship Communication</i> .....	37
2.3.3 Kualitas Komunikasi.....	38
2.3.4 Kepercayaan Pelanggan.....	39
2.3.5 <i>Brand Image</i> .....	39
2.3.6 Komitmen Pelanggan .....	40
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
3.1 Jenis dan Sumber Data .....	41
3.2 Populasi dan Teknik Pengambilan sampel .....	42
3.3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	42
3.3.1 Uji Validitas .....	42
3.3.2 Uji Reliabilitas .....	43
3.4 Metode Analisis .....	43
3.5 Pengujian Hipotesis.....	52
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>54</b>
4.1 Deskripsi Umum Responden Penelitian.....	54
4.2 Deskripsi Umum Data Responden.....	54
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	56
4.4 Uji Validitas dan Uji Realibilitas .....	60
4.4.1 Uji Validitas .....	60
4.4.2 Uji Reliabilitas .....	62

4.4.3	Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA) .....	64
4.5	Analisis SEM.....	69
4.6	Pengujian Hipotesis.....	82
4.7	Analisis Pengaruh.....	86
4.7.1	Dirrect Effect .....	86
4.7.2	Indirect Effect .....	87
4.8	Pembahasan.....	88
4.8.1	Pengaruh <i>Relationship Communication</i> terhadap Kepercayaan Pelanggan .....	88
4.8.2	Pengaruh <i>Relationship Communication</i> terhadap <i>Brand Image</i> ....	89
4.8.3	Pengaruh Kualitas Komunikasi terhadap Kepercayaan Pelanggan .....	91
4.8.4	Pengaruh Kualitas Komunikasi terhadap <i>Brand Image</i> .....	92
4.8.5	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Komitmen Pelanggan .....	93
4.8.6	Pengaruh Kepercayaan Pelanggan terhadap Komitmen Pelanggan .....	94
4.8.7	Pengaruh Kualitas Komunikasi terhadap Komitmen Pelanggan .....	96
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....		98
5.1	Kesimpulan.....	98
5.2	Kesimpulan hasil Penelitian .....	99
DAFTAR PUSTAKA .....		108
LAMPIRAN.....		114