

## DAFTAR ISI

<b>SKRIPSI.....</b>	<b>1</b>
<b>PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b><i>ABSTRACT</i> .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	13
1.3    Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	15
1.3.1    Tujuan Penelitian.....	15
1.3.2    Kegunaan Penelitian.....	15
1.4    Sistematika Penulisan .....	16
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>18</b>
2.1    Landasan Teori .....	18
2.1.1 <i>Theory of Planned Behavior</i> .....	18
2.1.2    Kualitas Layanan.....	20
2.1.2.1    Pengertian Kualitas Layanan.....	20
2.1.2.2    Indikator Kualitas Layanan .....	20
2.1.3    Pengalaman Pelanggan.....	21
2.1.3.1    Pengertian Pengalaman Pelanggan .....	21
2.1.3.2    Indikator Pengalaman Pelanggan.....	22
2.1.4    Citra Merek .....	23
2.1.4.1    Pengertian Citra Merek .....	23

2.1.4.2	Indikator Citra Merek.....	24
2.1.5	Kepuasan Pelanggan .....	24
2.1.5.1	Pengertian Kepuasan.....	24
2.1.5.2	Indikator Kepuasan Pelanggan.....	25
2.1.6	Loyalitas Konsumen.....	26
2.1.6.1	Pengertian Loyalitas Konsumen .....	26
2.1.6.2	Indikator Loyalitas Pelanggan.....	27
2.2	Pengaruh Antar Variabel .....	28
2.2.1	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	28
2.2.2	Pengaruh Pengalaman Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	28
2.2.3	Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	29
2.2.4	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	30
2.2.5	Pengaruh Pengalaman Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	31
2.2.6	Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	32
2.2.7	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	33
2.3	Penelitian Terdahulu.....	33
2.4	Kerangka Pemikiran.....	41
2.5	Hipotesis.....	42
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>43</b>
3.1	Variabel Penelitian .....	43
3.1.1	Variabel Bebas.....	43
3.1.2	Variabel Terikat .....	43
3.1.3	Variabel Mediasi.....	44
3.2	Definisi Operasional Variabel .....	44
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian .....	46
3.3.1	Populasi.....	46
3.3.2	Sampel.....	46
3.4	Jenis dan Sumber Data .....	48
3.4.1	Data Primer .....	48
3.4.2	Data Sekunder .....	48
3.5	Metode Pengumpulan Data.....	48
3.5.1	Studi Pustaka.....	49

3.5.2	Kuesioner .....	49
3.6	Teknik Analisis Data .....	50
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>57</b>
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	57
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	57
4.2	Gambaran Umum Responden Penelitian .....	60
4.2.1	Persebaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
4.2.2	Persebaran Responden Berdasarkan Usia .....	61
4.2.3	Persebaran Responden Berdasarkan Pendapatan.....	61
4.2.4	Persebaran Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	62
4.3	Hasil Analisis Data .....	63
4.3.1	Hasil Analisis Confirmatory Factor Analysis (CFA) .....	63
4.3.1.1	Hasil Uji CFA Variabel Eksogen.....	64
4.3.1.2	Hasil Uji CFA Variabel Endogen .....	68
4.3.2	Hasil Analisis <i>Full Model</i> .....	70
4.3.3	Asumsi SEM .....	74
4.3.3.1	Evaluasi Normalitas Data.....	75
4.3.3.2	Evaluasi <i>Multicollinearity</i> dan <i>Singularity</i> .....	76
4.3.3.3	Evaluasi Nilai Residual .....	78
4.3.3.4	Evaluasi Validitas dan Realiabilitas .....	79
4.3.4	Hasil Uji Hipotesis .....	80
4.3.5	Uji Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Total.....	85
4.4	Pembahasan.....	86
4.4.1	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	86
4.4.2	Pengaruh Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan ....	87
4.4.3	Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	88
4.4.4	Kualitas Layanan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	89
4.4.5	Pengalaman Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	90
4.4.6	Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	91
4.4.7	Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	91
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>93</b>
5.1	Kesimpulan .....	93

5.2	Implikasi Teoritis.....	94
5.3	Implikasi Manajerial .....	96
5.4	Keterbatasan.....	98
5.5	Saran.....	98
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>100</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>105</b>

