

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Kegunaan Penelitian.....	11
1.5 Sistematika Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	13
2.1.2 Minat Pembelian Ulang	16
2.1.3 Kualitas Pelayanan.....	17
2.1.4 Promosi.....	18
2.1.5 Harga.....	20
2.1.6 Citra Merek	21
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Pengaruh antar variabel dan pengembangan hipotesis	38
2.3.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Citra Merek	38
2.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Pembelian ulang.....	38
2.3.3 Pengaruh Promosi terhadap Citra Merek	39

2.3.4 Pengaruh Promosi terhadap Minat Pembelian Ulang	40
2.3.5 Pengaruh Harga terhadap Citra Merek.	40
2.3.6 Pengaruh Harga terhadap Minat Pembelian Ulang.	41
2.3.7 Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Pembelian Ulang.....	41
2.4 Model Penelitian.....	42
2.5 Hipotesis Penelitian.....	43
2.6 Dimensional Variabel.....	44
2.6.1 Dimensional Variabel : Minat Pembelian Ulang	44
2.6.2 Dimensional Variabel : Kualitas Pelayanan	45
2.6.3 Dimensional variabel : Promosi	46
2.6.4 Dimensional Variabel : Harga.....	47
2.6.5 Dimensional Variabel : Citra Merek	48
BAB III METODE PENELITIAN	49
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	49
3.1.1 Variabel Penelitian.....	49
3.1.2 Definisi Operasional.....	50
3.2 Populasi dan Sampel.....	54
3.2.1 Populasi	54
3.2.2 Sampel	54
3.2.3 Penentuan Penarikan Sampel	54
3.3 Jenis dan Sumber Data	55
3.4 Metode Pengumpulan Data	56
3.5 Metode Analisis Data	57
3.5.1 Pengujian Kualitas Data Penelitian.....	57
3.5.2 Uji Structural Equation Modeling (SEM).....	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	64
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	64
4.1.1 Gambaran Coffee Shop Dol Kopi	64
4.1.2 Gambaran Umum Responden.....	64
4.2 Hasil Analisis Data.....	66
4.2.1 Uji Kualitas Data.....	66
4.3 Hasil Analisis Data SEM	68
4.3.1 Pengembangan Model Teoritis.....	68
4.3.2 Pengembangan Diagram Jalur.....	69
4.3.3 Mengubah Diagram Jalur ke Dalam Persamaan	71

4.3.4	Confirmatory Factor Analysis	73
4.3.5	Evaluasi Kriteria Goodness-of-Fit	80
4.3.6	Interpretasi dan Modifikasi Model	90
4.3.7	Uji Hipotesis	91
4.3.8	Analisis Direct Effect, Indirect Effect dan Total Effect	93
4.4	Pembahasan	95
4.4.1	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap citra merek	95
4.4.2	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat pembelian ulang	95
4.4.3	Pengaruh promosi terhadap citra merek	95
4.4.4	Pengaruh promosi terhadap minat pembelian ulang	96
4.4.5	Pengaruh harga terhadap citra merek	96
4.4.6	Pengaruh harga terhadap minat pembelian ulang	96
4.4.7	Pengaruh citra merek terhadap minat pembelian ulang	97
BAB V KESIMPULAN		98
5.1	<i>Kesimpulan Hipotesis</i>	98
5.2	<i>Kesimpulan Masalah Penelitian</i>	99
5.3	<i>Implikasi Teoritis</i>	100
5.4	<i>Keterbatasan Penelitian</i>	111
5.5	<i>Agenda Penelitian Mendatang</i>	112
DAFTAR PUSTAKA		113
LAMPIRAN		116

