

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAKSI.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	8
1.4 Sistematika Penulisan	10
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	12
2.1 Teori Dasar	12
2.1.1 Perilaku Konsumen	12
2.2 Kualitas Layanan	14
2.2.1 Indikator Kualitas Layanan	16
2.3 Citra Merek	19
2.3.1 Indikator Citra Merek.....	21
2.4 Kepuasan Pelanggan	22
2.4.1 Indikator Kepuasan Pelanggan.....	23
2.5 Loyalitas Pelanggan	26
2.5.1 Indikator Loyalitas Pelanggan.....	26
2.6 Hubungan Antar Variabel.....	29
2.6.1 Hubungan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	29

2.6.2	Hubungan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	30
2.6.3	Hubungan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	30
2.6.4	Hubungan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan	31
2.6.5	Hubungan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	31
2.7	Penelitian Terdahulu	32
2.8	Kerangka Pemikiran	36
2.9	Hipotesis Penelitian	37
BAB III METODE PENELITIAN.....		38
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	38
3.1.1	Variabel Penelitian	38
3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	39
3.2	Populasi dan Sampel.....	40
3.2.1	Populasi	40
3.2.2	Sampel.....	40
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	41
3.3.1	Data Primer	41
3.3.2	Data Sekunder	42
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	42
3.4.1	Kuesioner	42
3.4.2	Studi Kepustakaan.....	42
3.5	Metode Analisis Data.....	43
3.5.1	Uji Instrumen	43
3.5.2	Metode Kuantitatif	45
BAB IV HASIL DAN ANALISIS		51
4.1	Gambaran Objek Penelitian.....	51
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	51
4.1.2	Gambaran Umum Responden	52
4.2	Hasil Analisis.....	54
4.2.1	<i>Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i>	54
4.2.2	Analisis Persamaan Structural Equation Modeling (SEM).....	59
4.2.3	Uji Normalitas Data	61

4.2.4	Multivariate Outliers	62
4.2.5	Evaluasi Nilai Residual	65
4.2.6	Uji Validitas	67
4.2.7	Analisis <i>Direct Effect</i> , <i>Indirect Effect</i> , dan <i>Total Effect</i>	68
4.2.8	Uji Reliabilitas	69
4.2.9	Uji Hipotesis	70
4.2.10	Uji Sobel (Uji Efek Mediasi)	73
4.3	Pembahasan	74
4.3.1	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan	74
4.3.2	Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	75
4.3.3	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan	75
4.3.4	Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan	75
4.3.5	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	75
4.3.6	Pengaruh Mediasi Kepuasan Pelanggan terhadap Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	76
4.3.7	Pengaruh Mediasi Kepuasan Pelanggan terhadap Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	76
BAB V PENUTUP		77
5.1	Simpulan	77
5.2	Implikasi Teoritis	78
5.3	Implikasi Manajerial	79
5.4	Keterbatasan Penelitian	80
5.5	Saran Penelitian Mendatang	81
DAFTAR PUSTAKA		82
LAMPIRAN-LAMPIRAN		85
Lampiran A: Kuesioner Penelitian		85
LAMPIRAN B: Data Penelitian		89
LAMPIRAN C: Confirmatory Factor Analysis (CFA)		101