

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	14
1.4 Sistematika Penulisan.....	15
BAB II TELAAH PUSTAKA	17
2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu.....	17
2.1.1 Landasan Teori.....	17
2.1.1.1 Kepuasan Konsumen.....	17
2.1.1.2 Loyalitas Pelanggan	18
2.1.1.3 <i>Brand Image</i>	21
2.1.1.4 <i>Perceived Quality</i>	22
2.1.1.5 <i>Resale Value</i> (Nilai Jual Kembali).....	24
2.1.2 Penelitian Terdahulu	26
2.2 Hipotesis Penelitian	30
2.2.1. Hubungan <i>Brand Image</i> dengan Kepuasan dan Loyalitas Konsumen	30

2.2.2.	Hubungan <i>Perceived Quality</i> dengan Kepuasan dan Loyalitas Konsumen	31
2.2.3.	Hubungan <i>Resale Value</i> dengan Kepuasan dan Loyalitas Konsumen	32
2.2.4.	Hubungan Kepuasan Konsumen dengan Loyalitas Konsumen	33
2.3	Kerangka Pemikiran Penelitian	34
BAB III	METODE PENELITIAN.....	35
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	35
3.1.1	Variabel Penelitian	35
3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	36
3.2	Populasi dan Sampel	40
3.2.1	Populasi.....	40
3.2.2	Sampel.....	41
3.3	Jenis dan Sumber Data	42
3.4	Metode Pengumpulan Data	43
3.4.1	Kuesioner	43
3.4.2	Studi Pustaka.....	44
3.5	Metode Analisis Data	45
3.5.1	Analisis Kuantitatif	45
3.6	Uji Instrumen Penelitian.....	46
3.6.1.	Uji Validitas	46
3.6.2.	Uji Reliabilitas	48
3.7	Uji Model	51
3.7.1	Uji Asumsi Klasik.....	51
3.7.1.1	Uji Asumsi Multikolinieritas.....	51
3.7.1.2	Uji Asumsi Heteroskedastisitas.....	51
3.7.1.3	Uji Normalitas	52
3.8	Alat Analisis	53
3.8.1	Analisis Regresi	53
3.8.2	Uji Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	53
3.8.3	Uji Hipotesis atau Uji T	56

3.8.4	Uji F	56
3.8.5	Koefisien Determinasi (R^2).....	57
3.8.6	Uji Beda	57
BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....		59
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	59
4.1.1	Gambaran Umum Kondisi Pasar Otomotif di Indonesia	59
4.2	Gambaran Umum Responden Penelitian.....	63
4.2.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
4.2.2	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	64
4.2.3	Profil Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	65
4.2.4	Profil Responden Berdasarkan Rata-rata Pendapatan Pribadi per Bulan	66
4.2.5	Profil Responden Berdasarkan Merek Kendaraan beserta Tipe yang Dibeli	67
4.3	Analisis Data	70
4.3.1	Analisis Data pada Kategori Mobil Jepang.....	72
4.3.1.1	Uji Asumsi Klasik	72
4.3.1.1.1	Uji Normalitas.....	72
4.3.1.1.2	Uji Multikolinieritas	74
4.3.1.1.3	Uji Heteroskedastisitas	75
4.3.1.2	Analisis Regresi.....	77
4.3.1.3	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	80
4.3.1.4	Uji F.....	83
4.3.1.5	Koefisien Determinasi (R^2)	84
4.3.1.6	Uji Hipotesis	85
4.3.2	Analisis Data pada Kategori Mobil China	89
4.3.2.1	Uji Asumsi Klasik	89
4.3.2.1.1	Uji Normalitas.....	89
4.3.2.1.2	Uji Multikolinieritas	90
4.3.2.1.3	Uji Heteroskedastisitas	91
4.3.2.2	Analisis Regresi.....	93

4.3.2.3	Analisis Jalur (Path Analysis)	96
4.3.2.4	Uji F	99
4.3.2.5	Koefisien Determinasi (R ²)	100
4.3.2.6	Uji Hipotesis	102
4.4	Uji Beda	104
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian	108
4.5.1	Kategori Mobil Jepang	108
4.5.2	Kategori Mobil China	113
4.5.3	Pembahasan Lain	118
BAB V	PENUTUP	120
5.1	Kesimpulan	120
5.2	Implikasi Manajerial	122
5.3	Keterbatasan	124
5.4	Saran Penelitian Mendatang	125
DAFTAR PUSTAKA		126
LAMPIRAN-LAMPIRAN		131

FEB UNDIP