

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	i
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
BAB I	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	19
1.3 Tujuan Penelitian	21
1.4 Manfaat Penelitian	21
1.5 Sistematika Penulisan	22
BAB II	25
2.1 Landasan Teori.....	25
2.1.1 Perilaku Konsumen	25
2.1.2 <i>Perceived Quality</i>	27
2.1.3 <i>Perceived Value</i>	29
2.1.4 <i>Brand Identification</i>	31
2.1.5 <i>Lifestyle Congruence</i>	34
2.1.6 <i>Customer Satisfaction</i>	36
2.1.7 <i>Brand Loyalty</i>	39
2.2 Hubungan antar Variabel	41
2.2.1 Pengaruh <i>Perceived Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	41
2.2.2 Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	42
2.2.3 Pengaruh <i>Brand Identification</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	43
2.2.4 Pengaruh <i>Lifestyle Congruence</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	44
2.2.5 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i>	46
2.3 Penelitian Terdahulu	48
2.4 Model Penelitian	51
2.5 Hipotesis Penelitian.....	52
BAB III	54

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	54
3.1.1 Variabel Penelitian	54
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	55
3.2 Populasi dan Sampel	58
3.2.1 Populasi	58
3.2.2 Sampel	59
3.3 Jenis dan Sumber Data	60
3.3.1 Data Primer	60
3.3.2 Data Sekunder	61
3.4 Metode Pengumpulan Data	61
3.4.1 Studi Pustaka	61
3.4.2 Kuesioner	61
3.5 Metode Analisis Data	62
BAB IV	70
4.1 Gambaran Umum Responden	70
4.1.1 Gambaran Karakteristik Responden	70
4.2. Hasil Analisis	71
4.2.1 Analisis Jawaban Variabel <i>Perceived Quality</i>	77
4.2.2 Analisis Jawaban Variabel <i>Perceived Value</i>	77
4.2.3. Analisis Jawaban Variabel <i>Brand Identification</i>	78
4.2.4 Analisis Jawaban Terhadap Variabel <i>Lifestyle Congruence</i>	79
4.2.5 Analisis Jawaban Terhadap Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	79
4.2.6. Analisis Jawaban Terhadap Variabel <i>Brand Loyalty</i>	80
4.3. Hasil Analisis SEM	81
4.3.1. Analisis Confirmatory Factor Analysis (CFA)	81
4.3.2 Analisis Full Model SEM	93
4.3.3 Asumsi SEM	94
4.3.4 Pengujian Model	103
BAB V	108
5.1 Kesimpulan	108
5.2 Kesimpulan Masalah Penelitian	109
5.3 Implikasi Teoritis	110
5.4 Implikasi Kebijakan	111
5.5 Keterbatasan Penelitian	117

5.6 Agenda Penelitian di Masa Mendatang	117
DAFTAR PUSTAKA	119
LAMPIRAN.....	127
LAMPIRAN A.....	127
LAMPIRAN B	133
LAMPIRAN C	140

